



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Rodríguez, Carina

El cine de terror en Argentina : producción, distribución, exhibición y mercado (2000-2010)



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Rodríguez, C. (2014). *El cine de terror en Argentina : producción, distribución, exhibición y mercado (2000-2010)*. Bernal, Argentina : Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/284>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

El cine de terror en Argentina: producción, distribución, exhibición y mercado (2000-2010)

Carina Rodríguez

El cine de terror en Argentina: producción, distribución, exhibición y mercado (2000-2010)

Carina Rodríguez



(serie tesis)

Universidad Nacional de Quilmes

Rector

Mario Lozano

Vicerrector

Alejandro Villar

Departamento de Ciencias Sociales

Director

Jorge Flores

Vicedirectora

Nancy Calvo

Coordinador de Gestión Académica

Néstor Daniel González

Unidad de Publicaciones para la Comunicación Social de la Ciencia

Coordinador

Daniel Badenes

Integrantes del Comité Editorial

Patricia Berrotarán

Adriana Imperatore

Raúl Di Tomaso

Editores

Brenda Rubinstein

Josefina López Mac Kenzie

Juan Bautista Duizeide

Diseño gráfico

Ana Cuenya

Julia Gouffier

**El cine de terror en Argentina:
producción, distribución, exhibición
y mercado (2000-2010)**

Carina Rodríguez

Rodríguez, Carina

El cine de terror en Argentina : producción, distribución, exhibición y mercado 2000-2010 . - 1a ed. - Bernal : Universidad Nacional de Quilmes, 2014.
278 p. ; 20x14 cm.





ISBN 978-987-558-301-6

1. Géneros Cinematográficos. 2. Audiovisuales. I. Título
CDD 791.436

Fecha de catalogación: 07/03/2014

Departamento de Ciencias Sociales
Unidad de Publicaciones para la Comunicación Social de la Ciencia
Serie Tesis

sociales.unq.edu.ar/publicaciones
sociales_publicaciones@unq.edu.ar

-  Esta edición se realiza bajo licencia de uso creativo compartido o Creative Commons. Está permitida la copia, distribución, exhibición y utilización de la obra bajo las siguientes condiciones:
-  **Atribución:** se debe mencionar la fuente (título de la obra, autor, editor, año).
-  **No comercial:** no se permite la utilización de esta obra con fines comerciales.
-  **Mantener estas condiciones para obras derivadas:** sólo está autorizado el uso parcial o alterado de esta obra para la creación de obras derivadas siempre que estas condiciones de licencia se mantengan en la obra resultante.

Impreso en Argentina
en el mes de marzo de 2014

| ÍNDICE |

AGRADECIMIENTOS.....	9
PRÓLOGO.....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO 1: EL GÉNERO DE TERROR EN EL MERCADO GLOBAL, DEFINICIONES.....	19
1.1. El género cinematográfico como concepto y mercancía.....	20
1.2. El terror como género: definiendo al monstruo.....	24
1.3. Bruma en los números: el terror y la economía política.....	30
1.4. El terror en el mercado global.....	34
1.5. El terror mundial se levanta como un zombi.....	44
1.6. Consideraciones finales del capítulo.....	49
CAPÍTULO 2: GENEALOGÍA E HISTORIA DEL TERROR ARGENTINO: PRODUCCIÓN Y TEMÁTICAS.....	51
2.1. Una cultura contracturada: raíces literarias del horror made in Argentina.....	52
2.2. Vampiros y monstruos en las pantallas argentinas: historia y modos de producción.....	57
2.2.1. El espejismo industrial: las primeras películas de terror.....	58
2.2.2. Retroceso de la producción: las adaptaciones de la literatura universal.....	60

2.2.3. Las coproducciones y el exploitation argentino.....	64
2.2.4. La desaparición de las majors criollas: el género en medio de la intervención estatal y las comedias livianas.....	69
2.2.5. La vuelta a la democracia.....	71
2.2.6. El terror argentino: ¿mito o realidad?.....	75
2.3. Consideraciones finales del capítulo.....	88

CAPÍTULO 3: PRODUCCIÓN DE TERROR EN ARGENTINA.....91

3.1. El germen del miedo argentino.....	91
3.1.1. Influencias bizarras y de terror: películas de culto, videoclubs y proyecciones en Argentina.....	92
3.1.2. Las escuelas de cine: formando a los nuevos Frankenstein.....	96
3.1.3. Los nuevos cambios tecnológicos: monstruos en la computadora de casa.....	98
3.2. Zombis, vampiros y asesinos argentinos: modos de producción.....	101
3.3. Monstruos de cartulina: producción artesanal.....	110
3.4. Horror mainstream nacional: el camino del INCAA.....	119
3.5. Terror argentino de exportación.....	137
3.6. Estéticas argentinas: ¿existe el estilo nacional?.....	147
3.7. Consideraciones finales del capítulo.....	155

**CAPÍTULO 4: DISTRIBUCIÓN ESPECIALIZADA:
VIDEOFLIMS, SRN DISTRIBUTION Y EL MERCADO
DE DVD INTERNACIONAL.....157**

4.1. Distribución de terror en Argentina: un espacio de poder.....	157
4.2. Mercado de video hogareño: distribución especializada.....	165
4.2.1. El terror argentino toma forma de DVD.....	165

4.2.2. VideoFlims y SRN Distribution: cajitas llena de sangre.....	170
4.2.3. Fantasmas de las pampas en el mercado directo-a-DVD internacional.....	176
4.3. Distribución digital: monstruos en forma de bits.....	184
4.4. Consideraciones finales del capítulo.....	189

**CAPÍTULO 5: EXHIBICIÓN NACIONAL: EL CIRCUITO
COMERCIAL, LAS SALAS ALTERNATIVAS Y EL BARS.....**

5.1. Exhibición de terror en Argentina: el circuito comercial.....	191
5.2. El circuito alternativo del horror.....	203
5.3. Sangre en las salas: el BARS.....	210
5.4. Consideraciones finales del capítulo.....	223

**CONCLUSIONES. LOS DESAFÍOS DEL TERROR ARGENTINO:
SUSTENTABILIDAD Y FUTURO.....**

La sustentabilidad de la producción nacional: financiamiento privado.....	225
Ciclos de retorno: distribución y exhibición.....	228
El circuito cinematográfico: hacia un nuevo modelo.....	231
Las políticas culturales en una encrucijada: las limitaciones del INCAA.....	235
Las ventajas competitivas y las cuentas pendientes del terror argentino.....	238
Desafíos y futuros escenarios.....	241

BIBLIOGRAFÍA.....

FILMOGRAFÍA.....

| AGRADECIMIENTOS |

¿Se hacen películas de terror en Argentina? ¿Muchas? ¿Puede hablarse de un estilo propio? Tales preguntas eran recurrentes cada vez que mencionaba mi tema de investigación. Hasta hace poco, también yo ignoraba, como tantos, las respuestas. La sorpresa no fue encontrar una o dos películas, sino verificar cómo se iba ampliando el número, con el avance del trabajo, hasta alcanzar a más de 100. Aún mayor fue el asombro al descubrir la escasez de abordajes académicos del fenómeno. Sentí que había encontrado un tema en las sombras, una perla oculta que me estaba esperando para unir mi culposo amor por el cine de terror y mi proyecto de tesis.

En el campo académico argentino y latinoamericano prácticamente no existían estudios acerca del género de terror. Hacia finales de 2012 comenzaron a surgir análisis que exhibían el mismo sentimiento de orfandad que impulsó la escritura de este libro. Se trataba de investigadores aislados y sin contacto que iniciaron sus reflexiones con el propósito de llenar un vacío académico. Este libro intenta ser un aporte para la constitución del correspondiente campo de estudio. Su realización no hubiera sido posible sin el apoyo y el consejo de Alfredo Alfonso, director de tesis. Fue él quien me devolvió la fe en la vida académica y me guió desde el germen de una idea hasta su concreción, enriqueciéndola con otras perspectivas. A su vez, Darío Lavia, de ser un entrevistado, pasó a ser uno de los pilares de este trabajo al facili-

tar libros inhallables, y dedicar tiempo a revisar datos de películas y debatir ideas.

Quiero agradecer a mis amigos por colaborar con este proyecto, no desde un interés personal por el tema, sino a causa de su cariño hacia mí: Daniel Busdygan, Erica Lanfranchi, Marcela Distéfano y Marcelo Cagna. También quiero agradecer a los entrevistados por su predisposición, tiempo y colaboración; y a Luciano Taffetani por ceder gentilmente estadísticas de Ultracine.

Quiero dedicar este libro a Andy, columna vertebral no sólo de mi investigación sino también de mi vida. Gracias por iluminar mis días con tu compañía, tus sonrisas, tu buen humor imperturbable. A mi mamá, a quien debo todo, por incentivarlos a estudiar como principal meta; éste es un ladrillo más de ese sueño suyo (y mío) que espero siga creciendo. A Miguel por ser el padre que perdí hace tanto tiempo. A mis hermanas Adriana y Lorena, compañeras de vida, juegos y confesiones. A mis amigas: especialmente a Tati, leal compañera de ruta en la maestría pero principalmente en la vida; a Vanina, Gisela, Romina, Marian, Claudia, Ale, Mica y Luciana por apoyarme en esta etapa. A todas las personas que quiero y me quieren por hacerme la persona que soy.

| PRÓLOGO |

Bienvenido este libro que explora los territorios casi vírgenes del terror nacional, y logra atravesar los sueños de realizadores de un género cinematográfico marginal, artesanal y con una fuerte identidad. Su mayor aporte es el equilibrio entre el estudio sistemático de las propuestas y la lectura crítica de (la ausencia de) políticas para abordar el objeto de estudio. Al asumir el crecimiento experimentado por la comunicación en sus distintos niveles y manifestaciones, nos indica que debemos abrir nuestras agendas de conocimiento. Esto nos permitirá contar con información que no sólo contribuya a conocer mejor un objeto de estudio no muy explorado, sino también a determinar con mayor precisión y cuidado el marco de interpretación geertziano para la nueva dinámica audiovisual.

La comprensión del proceso de comunicación de masas en términos de la era de la digitalización implica reconocer la rearticulación de las fronteras simbólicas y cómo estas nuevas fronteras confirman el valor y poder de las identidades colectivas. Los medios de comunicación crean una densa red por la que circulan los productos culturales. Conforman enfoques que tienen un papel importante en la construcción de subjetividades, demandas y expectativas, ya que constituyen tanto un tiempo y un espacio compartido, como cristalizan demandas que deben ser respondidas por los sistemas políticos. Estas industrias culturales no sólo organizan el flujo de bienes simbólicos, sino que son poderosos actores concretos en los procesos de integración, con gran capacidad performativa y un impacto profundo en los sistemas

de identidades. De allí la importancia de este trabajo en el que se analizan los modos de producción, distribución y exhibición de un género con potencial consolidado.

Se necesitan multiplicar investigaciones como la de Carina Rodríguez, que no transiten nuevamente por lo establecido, sino que puedan *des-cubrir* otras lecturas de los objetos/sujetos. Sin prejuicios, a conciencia y con elegancia narrativa. Este valioso y riguroso estudio nos permite conocer y comprender un espacio en expansión, nos invita a atender la confluencia de una serie de ideas creativas, a confiar en su despliegue aunque nos haga sentir miedo.

Alfredo Alfonso

| INTRODUCCIÓN |

Desde los inicios del cine nacional, el terror ha sido un género con dificultades para crecer, con momentos esporádicos en las pantallas. Durante el siglo XX, fue un *tímido fantasma* que asustó a varias generaciones bajo las sombras de otros géneros más desarrollados como la comedia o el policial. Aunque el país ha generado leyendas y monstruos autóctonos, la mayoría de las expresiones cinematográficas del terror fueron importaciones de origen anglosajón en la forma de adaptaciones de la literatura o *remakes* de películas previas.

En los comienzos del siglo XXI, ese *tímido fantasma* consideró alcanzada la mayoría de edad: ya estaba para cosas importantes. Decidió entonces transformarse en una bestia de mayores proporciones para salpicar la pantalla de sangre. Una década (a partir del año 2000) bastó para poblar la producción nacional con casi 100 largometrajes de zombis¹, asesinos y vampiros, superando en poco tiempo la marca histórica de alrededor de 30 filmes en 70 años de historia.

La mayoría de estos monstruos surge en las orillas de la producción, valiéndose de herramientas rudimentarias y producciones arte-

¹Se adopta la palabra castellanizada zombi. Para los nombres de obras y películas se conserva la palabra original.

sanales. Los directores construyen como pueden demonios de papel con micro presupuestos, cámaras digitales y computadoras hogareñas. Muchas de estas películas son autofinanciadas, lo cual las convierte en proyectos a pulmón que funcionan con el entusiasmo de una legión de fanáticos que filman en momentos robados al descanso, mientras se ganan el pan en trabajos que les permiten subsistir.

Argentina produce filmes casi exclusivamente bajo el amparo estatal: el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) es el garante de la producción. Sin embargo, las películas de terror argentinas estuvieron relegadas de este financiamiento por mucho tiempo. En 2008 salió a la luz la primera película de horror nacional con un crédito de este tipo: *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008). Su lanzamiento pareció levantar el maleficio y así surgieron más producciones. En 2011 se estrenó *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b), seguida por *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) y *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012). En 2012, otras películas estaban en rodaje o a punto de estrenarse bajo la subvención gubernamental. A excepción de *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b), que estuvo entre las diez películas más vistas de 2011, el resto tuvo un bajo promedio de espectadores, *performance* que no escapa al promedio nacional comprendidos el resto de los géneros. Es la paradoja argentina: uno de los países líderes de habla hispana respecto a la cantidad de producciones pero en el cual disminuye el número de espectadores para esas producciones.

El gran problema se da en las fases de comercialización: la distribución y la exhibición. Las películas financiadas por el INCAA y su promedio de espectadores muestran la difícil batalla con los *tanques* de origen estadounidense que compiten deslealmente en territorio nacional y dominan el porcentaje de taquilla. Sin embargo, la mayoría

de la producción artesanal de terror está apartada de los circuitos comerciales por lo que creó sus propios canales. El Festival Buenos Aires Rojo Sangre (BARS) fue la primera iniciativa, nació casi con el movimiento en el año 2000 y se convirtió en su vidriera principal. Muestra las películas nacionales a un número creciente de seguidores en salas de la ciudad de Buenos Aires. Es una fiesta de directores, productores y fanáticos que tiñen de rojo la semana de la noche de brujas. Hacia finales de la década analizada (2000-2010), también surgieron dos editoras especializadas: VideoFlims y SRN Distribution se encargan de convertir en DVD a muchas de las películas. Más allá de su rol económico, contribuyeron a difundir una obra dispersa encolumnándola bajo una sola etiqueta: terror argentino.

Ante las dificultades locales, muchas películas del género fueron distribuidas más allá de las fronteras y también se encararon proyectos con capitales extranjeros. Muchos directores, productores, guionistas, técnicos y actores argentinos se encontraron así interviniendo en historias en inglés que se ofertaron en un mercado con mayor desarrollo que cobijaba al terror de bajo presupuesto mundial: el mercado-directo-a-DVD.

El germen del género nacional no escribió una historia diferente a la mundial. A lo largo de la historia fueron muchos los directores que empezaron con proyectos pequeños y lograron hacer negocios con el miedo. Las razones están en las características intrínsecas del género: no necesita presupuestos rimbombantes ni grandes estrellas para tener éxito. A pesar de que ha tenido exponentes de calidad con altos estándares de producción, el terror siempre ha sido el niño pobre que no necesitaba atuendos lujosos para subsistir. Casi todas las películas más exitosas y resonantes exhiben costos mínimos y mucha

creatividad. Es uno de los géneros que mejor se adapta a las limitaciones que tiene la filmación *amateur* llevadas al máximo potencial con las tecnologías digitales. Además, tiene posibilidades de comercialización en mercados más pequeños y diversos como el DVD o la distribución digital que son más receptivos a iniciativas innovadoras con mínimos estándares de producción. Por lo tanto, los ingredientes del cóctel argentino no son nuevos en el escenario mundial pero sí en nuestro país donde el género ha sido rodeado de apatía e incluso aversión por parte del público.

Este libro analiza el nacimiento de una escala cinematográfica masiva de terror nacional: sus modos de producción y las películas realizadas. En segundo lugar, intenta determinar la sustentabilidad económica del género debido a que un mercado cinematográfico no se define por la suma de producciones sino por sus posibilidades de retorno de las inversiones. En ese punto se despliegan las fases de distribución y comercialización y los capitales que vuelven hacia la producción. El análisis propuesto tiene como objetivo central establecer una serie de parámetros que permitan entender las dinámicas de este segmento de las industrias culturales, tanto en el contexto global como nacional. Por esa razón, el libro se ha estructurado en dos partes: la primera se inicia en el capítulo 1 y analiza los comportamientos del terror mundial desde sus inicios hasta la actualidad. La segunda comienza con el capítulo 2, que muestra el desarrollo del género en Argentina: su genealogía y su historia durante el siglo XX, estableciendo un marco histórico para la producción de la década 2000-2010 y mostrando cómo la realización de este tipo de películas ha sido esporádica desde 1930 hasta finales del milenio.

Mientras la tradición cinematográfica argentina ha evitado estas temáticas, la nueva generación se ha abocado a probar que el horror nacional no es un mito: tema central del capítulo 3, que analiza el ger-

men de los monstruos nacionales del siglo XXI, sus diferentes modos de producción -que van desde la filmación artesanal, la financiada por el INCAA y la dirigida al mercado internacional-, y finaliza con el análisis crítico de sus propuestas estéticas para tratar de determinar si existe una marca registrada argentina.

La fase de distribución es una de las más relevantes, lejos de ser neutral, opera como el intermediario principal entre la producción y la exhibición a favor de un número limitado de empresas y es el punto neurálgico del capítulo 4. El capítulo 5 demuestra la misma situación en el ámbito de la exhibición, lo cual ha llevado a las películas que circularon por las salas comerciales a un promedio bajo de espectadores. El resto de los filmes transita por salas alternativas, ciclos especiales y festivales. El BARS es la cita obligada del género que apura los tiempos de producción para llegar a tiempo para el evento. El capítulo final incluye las reflexiones del estudio, los desafíos y los posibles horizontes del género de terror nacional.

| CAPÍTULO 1 |

El género de terror en el mercado global, definiciones

El concepto de género está atravesado por una batalla de interpretaciones y enfoques. La ubicación en una perspectiva u otra modifica completamente el panorama a analizar. El objetivo de este capítulo es definir al género como una identificación externa que tiene la función de hacer circular las películas con un sello de origen tratando de encauzar las expectativas sobre el producto.

Una historia aparte es la definición de género de terror, que al debate anterior debió sumar una lucha contra la discriminación académica y crítica que lo consideró siempre un género *menor*. También fue escenario de desacuerdos metodológicos que desviaron el eje de su definición. La industria del miedo ha mostrado mutaciones desde la década de 1920 que afectaron no sólo a sus modos de producción sino también a su producción de sentidos.

El género ha tenido demandas cíclicas desde sus inicios. Sus orígenes modestos lo han visto nacer como el hijo pobre de la industria cinematográfica: bajos presupuestos, actores y directores ignotos, sets prestados. Su inclusión en las *grandes ligas* ha sido intermitente [desde el estreno de *Tiburón* (Spielberg, 1975)] aunque casi siempre asociado al mínimo o mediano presupuesto. Su comercialización ha sido mayoritariamente alternativa o adquirida para el circuito *mainstream* en el caso de haber mostrado resultados económicos favorables.

La circulación de productos no-estadounidenses (dominantes en la industria) ha encontrado en los últimos años lugar en la distribución *long tail*² digital y en mercado directo-a-DVD, consumido usualmente por una base de fanáticos que no fluctúa con el comportamiento general de las audiencias.

En este capítulo abordaremos los conceptos de género y género de terror con el propósito de entender más cabalmente las definiciones utilizadas para desarrollar el género de terror en Argentina. Asimismo, se realizará un diagnóstico económico y político de la situación del género durante la década 2000 – 2010 para observar las posibilidades de inclusión del terror argentino en el mercado global.

1.1. El género cinematográfico como concepto y mercancía

Sin necesidad de un análisis pormenorizado, entendemos de qué se trata un género cinematográfico. Es una categorización que nos ayuda a encauzar nuestras expectativas acerca de un producto cultural, tal como lo hace el *star system*. Así como conocemos de antemano que una botella de leche estará en la sección de lácteos, sabemos que si buscamos asustarnos al mirar una película tenemos que ver *una de terror*. El género es un conjunto de filmes en el que se repiten las mismas elecciones de base. O como lo define Gubern (citado en Romaguera i Ramió, 1999: 46) es una categoría temática, un modelo cultural

²El término, cuya traducción literal sería *larga estela* o *larga cola*, resulta un concepto similar al de producciones *de catálogo* por oposición a las novedades de distribución masiva y venta rápida. Se trata de una expresión acuñada por Chris Anderson en un artículo de la revista *Wired* de octubre de 2004 para describir determinados tipos de negocios y modelos económicos tales como *Amazon.com* o *Netflix*.

rígido, basado en formas estandarizadas y repetitivas, sobre las que se tejen las variantes episódicas y formales que singularizan a cada producto concreto.

Altman (2000) propuso una visión tanto semántica, en referencia al contenido narrativo, como sintáctica, de acuerdo con la estructura narrativa:

Los géneros surgen fundamentalmente de dos maneras distintas: como una serie relativamente estable de premisas sintácticas hasta constituirse en una sintaxis coherente duradera, o bien mediante la adopción, por parte de una sintaxis existente, de un nuevo conjunto de elementos sintácticos (p. 299).

Los estudios sobre los géneros cinematográficos proliferaron a finales de la década de 1970. Configuraron un corpus en el que los académicos y críticos de cine se respondían unos a otros dejando de lado el debate teórico anterior, especialmente la crítica literaria, que sirvió de base para las discusiones cinéfilas. Sin embargo, tal como plantean Gubern y Prat (1979: 31), “todos los géneros cinematográficos conocidos hasta hoy son tributarios de fuentes culturales previas y extra-cinematográficas”, tales como la música, la tradición oral, el periodismo, el cuento, la novela, el teatro o la pintura.

Teóricos como Altman, Buscome, Bazin, Cawelti, Doane, Elsaesser, Gubern, Langford, Neale, Schatz, Stam, Williams y Wright, entre otros, han constituido un terreno apartado de los estudios literarios con postulados, metodologías y objetos de estudio propios. La mayoría se ha focalizado en la relación entre Hollywood y los géneros. Se ha responsabilizado a la mayor industria cinematográfica no sólo de la formulación de los géneros sino también de su misma creación:

“Para Hollywood, los géneros proveen un relación costo-beneficio equivalente a líneas y gamas, produciendo una demanda de similitud dentro de la variedad de productos en oferta para reducir al mínimo los grados de diferencia involucrados”. (Neale, 2000: 218)

La primera fase de los estudios sobre los géneros cinematográficos se abocó a la delimitación, clasificación y definición. Muchos de esos análisis iniciales estaban sujetos a la necesidad de demarcar un nuevo contorno teórico, aunque aún en diálogo con voces de otras disciplinas de pensamiento. Un ejemplo es el análisis que realiza Will Wright (1977) en *Sixguns and society*, quien parte de estudios literarios, lingüísticos y antropológicos para examinar el *western*.

Luego surgió una corriente destinada a analizar los significados y funciones sociales de los géneros. Esta perspectiva entendía al género como parte de un ritual o ideología. De acuerdo con ella, la participación en el cine de género no se limitaría a un mero entretenimiento, sino también a un sentimiento cercano a una religión establecida. Altman (2000: 294-295) señala este enfoque como meritorio debido a que explica la intensidad de la identificación típica del público de cine de género, a la vez que propone un contexto de explicación más amplio que el narrativo. Sin embargo, y tal como señala Langford (2005: 11), “la importancia de la audiencia ha sido minimizada en la mayor parte de las teorías acerca de los de géneros, tal vez debido a la imposibilidad de verificar sus respuestas”.

Por esa razón, una de las perspectivas con mayor incidencia ha sido tributaria de la Escuela de Frankfurt. Desde su punto de vista, los géneros son síntomas de una línea de producción masificada que manipula a la audiencia. Thomas Schatz (1981) se refiere a un “proto-

tipo genérico”: se crea un prototipo, se inicia la producción y el nuevo producto se sigue fabricando mientras se siga vendiendo. Desde este punto de vista, los géneros siguen un modelo industrial para establecerse. Este punto de vista “subraya las cuestiones de representación e identificación que hasta entonces se habían dejado de lado” y “caracteriza a cada género distinto como una forma específica de mentira, una falacia cuya característica fundamental es su capacidad de presentarse disfrazada de verdad” (Altman, 2000: 295). Mientras la visión ritual deposita el poder en la audiencia, dejando a Hollywood el único papel de responder a sus presiones, la perspectiva heredera de la Escuela de Frankfurt señala que la industria es la que mueve la marea de los géneros con el único propósito de generar más ganancias e imponer su punto atrayendo al público a su territorio.

Ambas proposiciones, ubicadas en campos irreductiblemente opuestos, han engendrado una teoría a medio camino, que es la más consensuada en la actualidad. “Género en un sentido posterior es un corolario del modo de producción industrializada de Hollywood (y sus imitadores) e instrumentos de estandarización y diferenciación, a la vez” (Stam, 2000: 127). De acuerdo con esta teoría, los géneros son el resultado de una negociación entre la industria y la audiencia:

Los géneros evolucionaron rápidamente, generándose combinaciones de muy distinto tipo que dieron paso a nuevos géneros que incidieron no sólo los propósitos de la oferta de las compañías productoras, sino también de las demandas del público, condicionadas a su vez por el contexto histórico y sociocultural de cada mercado. (Getino y Schargorodsky, 2008: 8)

Sin embargo, los géneros no crean diferenciación sino homogeneización. Para destacarse, los estudios deben crear etiquetas, personajes, tra-

mas, temas musicales, técnicas o procesos propios. De esa manera, evitan identificar las películas con una etiqueta genérica que se clona indistintamente. Sin embargo, la noción clásica de género parece haber quedado anclada en la época de oro de Hollywood. Los géneros no son compartimentos estancos de fácil clasificación ni categorías científicas o matemáticas.

No es intención de este trabajo ahondar en la crítica al género o sus ramificaciones. El objetivo de este apartado es definir el concepto de género como una marca que hace fluir el material producido a través del circuito cinematográfico: producción, distribución, exhibición, consumo, vuelta a la producción. Esta noción provee al mercado una base, a partir de la cual cada estudio o productora intenta distinguir cada película como un producto diferencial. A continuación se profundizará en la visión del género de terror como una etiqueta utilizada en el mercado global cinematográfico.

1.2. El terror como género: definiendo al monstruo

Miedo, pánico, sudor. Me tapo los ojos. Entreveo la escena. Quiero que acabe. Prefiero seguir viendo. El expreso del terror ha comenzado su viaje y me lleva por territorios neblinosos. ¿Cómo definir este viaje a las tinieblas? El terror nos excede. Juega con nuestra razón y nuestras emociones. Invade cada poro de nuestro cuerpo y nuestra psiquis, nos paraliza. Es “una sensación de permanente amenaza sobre vida y cuerpos, que aparece de manera esporádica e impredecible en la consciencia” (Isla, 1988: 148). El género de terror³ no se define por

³Si bien existe un debate sobre la diferencia entre las palabras terror y horror, este estudio las utiliza indistintamente. En el idioma castellano se denomina al género cinematográfico con la palabra terror, mientras en inglés se habla de *horror film*. Gubern

sus arquetipos y puesta en escena sino por las emociones que genera en la audiencia. Su propósito final es generar esa parálisis de manera controlada, tal como señala Altman (2000:128):

Resulta aleccionador que los dos géneros más célebres por su lógica ascendente –el cine de terror y el *thriller*⁴– se designen con términos que describen la reacción del espectador y no el contenido fílmico, porque el género se basa, precisamente, en ese incremento de las sensaciones del espectador.

Las inquietudes mayores son: ¿por qué incentivarnos deliberadamente a sentir esa parálisis, ese desborde de emociones? y ¿Cuáles son las gratificaciones del cine de terror? Gubern y Prat (1979: 41-46) argumentan que el público es capaz de distinguir entre el horror “real” y el “ficticio”. Este último proporciona una “estimulación fisiológica positiva” (44) que “minimiza los problemas y contratiempos comparativamente menores de la vida real” y proporciona al espectador la posibilidad de satisfacer sus deseos más íntimos y reprimidos. La “destrucción final del monstruo” supone una derrota de nuestros enemigos “subracionales o todopoderosos que escapan a nuestro control” (45).

- Carroll (2005) plantea la existencia de tres teorías sobre la respuesta del público frente al terror:
- *La ficción como ilusión*: el público se emociona auténticamente porque cree que lo ve es real.

(1979) señala que esta última acepción es sinónimo de “género cinematográfico fantástico-terrorífico” por lo que ambos términos en sus respectivos idiomas designan al mismo objeto.

⁴El término inglés *thriller* deriva del verbo *thrill* (asustar, estremecer, emocionar).

- *La ficción como fingimiento*: el público simula asustarse para disfrutar de la narración, pero sabe que lo que ve no es real.
- *Pensamiento acerca de las respuestas emocionales a la ficción*: lo que aterra no es el hecho de creer que el monstruo existe sino el hecho de pensar en él y su peligrosidad; no es necesario creer que la ficción es real para que las emociones lo sean. El autor considera el tercer punto como el más válido para explicar el fenómeno.

Categorizado usualmente como un género menor, el terror ha sido rodeado de un desdén generalizado. Tal vez el estudio más famoso y sistemático sobre el género sea el de Wood (1985), quien lo define como uno de los más populares y más vapuleados de la industria. Wood señala que su especificidad es la que lo aparta de otros géneros: el horror está restringido a fanáticos que consumen compulsivamente todo lo producido, mientras que aquellos que no pertenecen a este grupo lo ignoran o condenan. Recién en los años '70 comienzan los primeros análisis serios que ven en el horror claves para decodificar la naturaleza humana:

Mitos como Drácula, Frankenstein o el hombre lobo resultan tan significativos para entender las neurosis, las frustraciones y los déficits colectivos de nuestra sociedad como lo resultan un dios de la lluvia o una diosa de la fecundidad en viejas culturas neolíticas. (Gubern y Prat, 1979: 11)

El género de terror está caracterizado por especificidades visuales y convenciones normativas genéricas, las cuales incluyen escenarios, personajes, temas y conflictos narrativos particulares. Los escenarios típicos son páramos sombríos, localidades aisladas y cementerios; los

personajes característicos incluyen a científicos locos, asesinos desquiciados o monstruos sobrenaturales; el miedo a la muerte es el tema dominante; y el bien versus el mal es el conflicto narrativo clásico.

Wood (1985: 204) define al terror como aquel lugar donde “la normalidad es amenazada por el monstruo”, definiendo a la normalidad cómo “la conformidad con las normas sociales dominantes”. Mientras que el monstruo puede ser un vampiro, un gorila gigante, un invasor extraterrestre, un asesino serial o un demonio. Esta fórmula tan corta como sencilla prevé tres variables: la normalidad, el monstruo y la relación entre las dos. En este último factor reside la clave del terror, que se va modificando en cada contexto histórico.

Para Wood (1985) el terror se basa en los pilares de una sociedad capitalista construida sobre la monogamia y el núcleo familiar, la cual demanda la represión de impulsos básicos como los sexuales. Las películas de horror representan “la lucha de todo aquello que nuestra civilización reprime u oprime” y su “reaparición suele dramatizarse, como en nuestras pesadillas, en forma de objeto, de conflicto terrorífico, significando el *final feliz*, en caso de existir, el restablecimiento de la represión” (Wood, 1985: 201). Por esa razón, muchas de las películas de terror pueden permitirse un “asalto sin precedentes de lo que la cultura burguesa más aprecia, como los aparatos ideológicos de la familia y la escuela” (Modleski, 1986: 767).

Muchos ensayos se han pronunciado respecto a la relación entre género (terror) y género (masculino/femenino), desde un enfoque psicoanalítico. Bárbara Creed (1993), quien traslada al caso cinematográfico el trabajo sobre literatura de horror de Julia Kristeva (1982), señala que las raíces del horror no están en la castración femenina sino en la etapa pre-edípica donde el niño intenta crear barreras y

su propia identidad. La madre es *horrorosa* en el sentido de primitiva o impura y corrompida por fluidos corporales como leche materna y flujo menstrual. A esta figura la denomina “abyección”. Y concluye que todas las imágenes del terror proyectan abyección de tres formas: 1) el terror representa la imagen de la abyección mediante los cuerpos y los desechos corporales; 2) el terror se relaciona con los límites, con aquellas cosas que amenazan la estabilidad de un orden simbólico; 3) el horror construye a la figura maternal como abyecta.

Otro trabajo de este enfoque es el de Carol Clover (1993) quien discute con las teorías de los '80 y genera uno de los conceptos más citados en la bibliografía del terror: el de *final girl* (última chica), es decir la última mujer/adolescente cuya inteligencia y resistencia la mantienen viva para llevar a su conclusión la batalla contra el monstruo psicópata (protagonista de los filmes *slasher*⁵). La *final girl* combina las funciones de víctima sufriente y héroe, y ha evolucionado desde esa década para convertirse en un personaje cada vez más violento y autosuficiente sin necesidad de asistencia masculina y alejada de la dama indefensa del horror gótico.

Este enfoque femenino, expresado por otras autoras como Linda Williams, Vera Dika, Isabel Christina Pinedo y Judith Halberstam, no

⁵*Slasher* deriva de la palabra inglesa *slash*, la cual se traduce como navajazo. El subgénero *slasher* muestra un psicópata que asesina brutalmente a jóvenes. Posee características comunes (Rockoff, 2002): 1) el elemento principal es el asesino guiado por el deseo de venganza hacia quienes le provocaron una tragedia o humillación; 2) puede tener rasgos sobrenaturales o ser personas ordinarias con rasgos psicóticos; 3) realiza sus asesinatos de manera rápida; 4) las muertes son provocadas por varios tipos de armas, destacando elementos cortantes como cuchillos, machetes, sierras eléctricas o hachas; 5) las víctimas son adolescentes que se encuentran en lugares aislados de cualquier tipo de ayuda; 6) aparece la *final girl* (última chica) el personaje femenino que logra sobrevivir al asesino gracias a su inteligencia y resistencia y logra asesinarlo (Clover, 1993).

se trata meramente de una sectorización del género desde el punto de vista conceptual, sino de un intento de ver al terror como algo más que una expresión artística proyectada a la luz de representaciones sociales. Andrew Tudor (1989) propone un enfoque basado en los mecanismos genéricos. Según él, un género es “un tipo especial de subcultura, un conjunto de convenciones narrativas, decorados, caracterización, motivos, imaginería, iconografía, etc., que existe en la conciencia práctica (del espectador)...” (5-6).

El postulado de Tudor (1989), más cercano a la visión ritual del género, implica una lucha entre “el fondo y la forma, entre los mecanismos inconscientes preconizados por Wood (...) y los mecanismos genéricos” (Losilla, 1993: 56). Desde un enfoque más historicista, Tudor despliega la naturaleza de las amenazas sobre la base de dicotomías clave: externo/interno, supernatural/secular y autónomo/independiente.

Las películas de terror generan básicamente temores de dos tipos: basados en una relación con el mundo cotidiano o en la esfera de lo sobrenatural (o como lo define Stewart (1982: 3) una “relación metafórica con el mundo”). La preponderancia de alguna de las dos esferas se ha modificado a lo largo de las décadas. Mientras las primeras películas de horror mostraban una preminencia de lo sobrenatural, la última tendencia se ha apartado hacia lo secular. Así lo señala Carlos Vallina (2011):

El terror se ha desplazado del mito a lo secular. Se ha transformado en historia. De eso se trata la literatura de Stephen King. El escritor no es un loco invadido por un virus o poseído por espíritus. Las fuerzas malignas no son externas a la propia condición humana sino que son una proyección de las propias contradicciones.

El horror es un género que, como el resto de las producciones cinematográficas, ha estado dominado por la producción estadouni-

dense. Su papel como generador de ganancias ha sido crucial desde los inicios de la industria cinematográfica, en cuyo ámbito se ha caracterizado por ser un producto de bajo presupuesto y alto retorno de la inversión.

Sin embargo, la literatura de economía política ha ignorado casi completamente su rol y, de manera más general, casi no existen estudios sobre géneros. En el próximo punto abordaremos los análisis hechos desde este punto de vista. Esto nos permitirá esbozar una historia económica y política del horror para analizar los mercados dominantes, sus modos de producción y cómo circulan los productos. Análisis fundamental para comprender las fuerzas de mercado que enmarcan y anteceden al terror argentino durante la década 2000-2010.

1.3. Bruma en los números: el terror y la economía política

El terror es uno de los géneros más populares del cine de Hollywood. Esto implica que se trata de una parte naturalizada del sector mundial audiovisual, una marca de mercado para la publicidad y la distribución, una etiqueta para el catálogo de los videoclubs y una categoría para las críticas periodísticas. Dudley Andrew afirma en *Concepts in Film Theory* (1984), que los géneros ejercen una función concreta en la economía global del cine, una economía compuesta por una industria, una necesidad social de producción de mensajes, un gran número de seres humanos, una tecnología y un conjunto de prácticas significativas.

El género, como hemos explorado en el punto 1.1, ofrece ventajas económicas para la producción ya que es una “propiedad con mercado seguro” (Wyatt citado en Altman, 2000: 112), tal como señala Richard Maltby (Citado en Altman, 2000: 155):

Para los productores, las ventajas del principio de clasificación de películas por tipos son claras. En primer lugar, ofrecen una garantía financiera: ya de entrada, las películas de género tienen el mercado asegurado entre su público, porque el espectador posee una imagen y una experiencia del género antes de enfrentarse a cualquier ejemplo concreto de éste.

La economía política del cine incorpora las características que definen a la economía política en general: “el cambio social e histórico, la totalidad social, la base moral, la praxis” (Wasko, 2006: 101-102) y conceptualiza a las películas “como mercancías producidas y distribuidas dentro de una estructura industrial capitalista” (102).

Aunque la economía política del cine “no goza del ascendiente de otras escuelas” (Wasko, 2006: 102) ha presentado un abanico de estudios como el trabajo pionero de Guback⁶ (1969, 1985) sobre el dominio estadounidense en la industria cinematográfica, y otras obras como las de Wasko (1982, 1995, 1999, 2006), Thompson (1985), Gomery (1979, 1980, 1986, 1989, 1996, 1998), Pendackur (1990: 39-40), quien define al cine un “producto tangible y un servicio intangible”; y Garnham (1990), quien incorporó un análisis sobre la economía de Hollywood en su libro sobre capitalismo y comunicación.

Sin embargo, el estudio de la economía política del género cinematográfico de terror es aún más estrecho y muy pocos autores se han abocado a él. El enfoque sobre las fuerzas económicas y estructurales que mueven al mercado del horror está disperso en datos inconexos

⁶Wasko (2006) señala la existencia de obras anteriores, como la de Kingender y Leggs de 1937, *Money Behind the Screen*, o el estudio de Mae Huettig sobre la industria del cine en la década de los treinta (1944).

en la literatura existente. Quizás el trabajo más citado sobre el campo sea el de Gomery (1996) acerca de la producción, distribución y exhibición de terror en EE.UU. desde 1930 hasta 1980, quién destaca el papel del género como uno de los más redituables:

Hollywood siempre ha explotado el interés en los monstruos y el caos para hacer dinero. A través de la producción, distribución y exhibición de películas los empresarios han utilizado regularmente las posibilidades de maximización de beneficios de las películas de terror. (Gomery, 1996: 49)

Otro estudio ha sido el de Joan Hawking (1999) quien analiza la distribución de películas europeas en EEUU, definidas como *art-horror*, concepto extendido a las producciones asiáticas de terror unos años después. Asimismo, mientras Heffernan (2002) examinó la distribución de *La noche de los muertos vivientes* (Romero, 1968) y otras películas de 1950 y 1960; Kapsis (citado en Lobato y Ryan, 2010: 6) contribuyó con su estudio sobre el horror estadounidense de los '80 afirmando que “los productos culturales están insertos, y por lo tanto influenciados, por los contextos económicos, organizacionales e industriales de los que emergen”.

La tesis de Doctorado de Mark Ryan (2008) comprende un abordaje desde la economía política acerca de la producción, distribución y exhibición de terror australiano, a la vez que da cuenta de un género redituable en un competitivo mercado global merced a la ascendente digitalización de la producción y la distribución. Asimismo, Ryan escribió un interesante artículo en colaboración con Ramón Lobato (Lobato y Ryan, 2010) sobre la distribución internacional de cine de terror, demostrando que la distribución no es un proceso neutral de entrega de contenido sino el “lugar clave de *poder* y *ganancia* dentro de la

industria cinematográfica”, tal como lo expresa Garnham (1990: 162) y como veremos en detalle en el capítulo Falletti (2009) habla del dinero sangriento (*blood money*) señalando que la supervivencia del género de terror se debe a su éxito económico y que evoluciona remplazando las fórmulas del pasado con el objetivo de mantener su rentabilidad:

La fuerza impulsora detrás de la presencia permanente del género de terror en la industria del cine estadounidense es, obviamente, el dinero. No hay necesidad de construir pretextos para explicar el triunfo del horror de Hollywood, debido a que se reveló como un género muy lucrativo y popular en una fase muy temprana. Lo que es notable, sin embargo, es la forma en que Hollywood, a través del marketing inteligente y la manipulación de las convenciones previstas, ha sido capaz de mantener el género y sus ingresos, alimentándose de las sucesivas generaciones de audiencias del terror durante casi un siglo. (Falletti, 2009: 2)

El éxito económico del terror ha sido también un factor clave de estudio para David Church (2006) quien desglosa el horror posmoderno de 1991 a 2006, examinando no sólo las temáticas comunes del terror de los últimos años, sino también los comportamientos del mercado cinematográfico concentrado en pocos dueños:

Es difícil ver el género de terror con un curso definido de evolución (...) ya que la producción de género siempre ha estado orientada a la rentabilidad, basada en fórmulas de éxito, secuelas, subproductos e imitadores (...). Con la consolidación de unos pocos conglomerados que poseen tanto la producción como la distribución, los productos de género comerciales han sido el resultado de un esfuerzo por asegurar la máxima rentabilidad inmediata de una película, y por lo tanto cada fórmula de éxito se repite y se le da amplia distribución. (Church, 2006: 1)

A excepción del caso de Ryan, quien toma como objeto de estudio el caso australiano, y muchos de los artículos contenidos en el inusual pero interesante *Horror internacional* de Steven Schneider y Tony Williams (2005), la mayoría de los trabajos de economía política sobre el cine de terror analiza el caso hollywoodense. El género ha sufrido múltiples metamorfosis acompañado las ansiedades de su época y su audiencia y los procesos económicos y políticos.

1.4. El terror en el mercado global

La clave económica del terror siempre residió en sus costos prevalentemente bajos. Poco riesgo financiero equivale a poca pérdida de capitales si las audiencias no acompañan la propuesta, y ganancia pura si se convierte en un *hit*. El horror está plagado de historias de películas hechas con poco dinero que se convirtieron en éxitos de taquilla. El ejemplo más paradigmático es *Actividad paranormal*⁷ (Peli, 2007) que desbancó a *El proyecto de la bruja de Blair* (Sánchez y Myrick, 1999). Hecho con U\$S 15.000⁸, ha recaudado casi U\$S 200.000.000 en

⁷La fuente de los títulos de películas, directores y año de lanzamiento es The Internet Movie Database (<http://www.imdb.com/>) y Cinefania (<http://cinefania.com/>) para los nombres de los lanzamientos en territorio argentino. Los títulos originales y datos completos están incluidos en la filmografía. En todos los casos se incluye el director, el año de estreno, el título de estreno en Argentina y, en caso que corresponda, el título en su idioma original entre paréntesis.

⁸Los datos monetarios se expresan de la siguiente manera: \$ por pesos argentinos, U\$S por dólares norteamericanos y € por euros. Se incluye a continuación el valor histórico del dólar en relación al peso argentino para poder realizar estimaciones de los costos incluidos respecto a parámetros internacionales. El precio de la moneda estadounidense anterior al año 2000 se encuentra en: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Cotizaci%C3%B3n_hist%C3%B3rica_de_monedas_de_la_Argentina 2000 (1 U\$S = 1 \$); 2001 (1 U\$S = 1,02 \$); 2002 (1 U\$S = 3,52 \$); 2003 (1 U\$S = 2,93 \$); 2004 (1 U\$S =

todo el mundo⁹ y se ha convertido en la película más rendidora de todos los tiempos y géneros con la mayor ganancia bruta (basada en la devolución sobre la inversión). Las películas de terror han ocupado el séptimo lugar en el mercado global de Hollywood en los últimos 15 años, como se ve en la Tabla 1.

	GÉNERO	PELÍCULAS	TOTAL DE VENTAS*	PROMEDIO DE VENTAS*	MARKET SHARE
1	Comedia	1.583	40.416.301.958	25.531.460	24.26%
2	Aventura	442	32.329.319.820	73.143.258	19.41%
3	Drama	2.742	29.737.412.490	10.845.154	17.85%
4	Acción	501	28.508.866.845	56.903.926	17.11%
5	Thriller/ suspense	457	12.396.510.735	27.125.844	7.44%
6	Comedia romántica	354	9.917.495.903	28.015.525	5.95%
7	Terror	283	7.967.604.300	28.154.079	4.78%
8	Documentales	851	1.846.844.205	2.170.205	1.11%
9	Musicales	102	1.616.947.485	15.852.426	0.97%
10	Comedia negra	68	707.892.008	10.410.177	0.42%
11	Western	33	484.776.488	14.690.197	0.29%
12	Conciertos/ espectáculos	37	194.551.958	5.258.161	0.12%
13	Géneros múltiples	11	3.560.528	323.684	0.00%
14	Géneros desconocidos	5	1.602.645	320.529	0.00%

Tabla 1. Recaudación por géneros en Hollywood. 1995-20

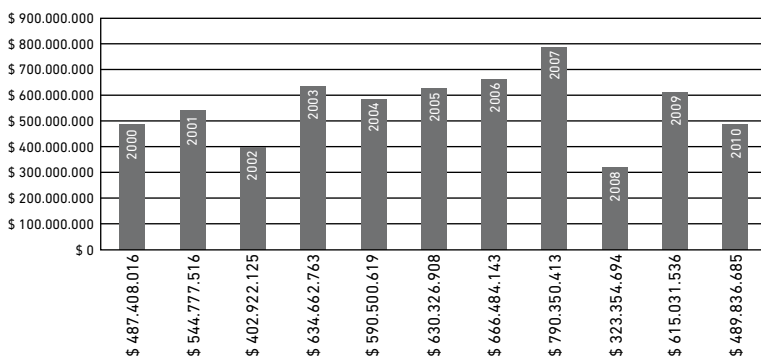
Fuente: The numbers (<http://www.the-numbers.com/market/Genres/>)

*Datos expresados en dólares estadounidenses

2,97 \$); 2005 (1 U\$S = 3,03 \$); 2006 (1 U\$S = 3,06 \$); 2007 (1 U\$S = 3,15 \$); 2008 (1 U\$S = 3,45 \$); 2009 (1 U\$S = 3,80 \$); 2010 (1 U\$S = 3,92 \$). Fuente: elaboración propia en base a publicaciones del Banco Central de la Argentina.

⁹Fuente: <http://www.the-numbers.com/movies/2009/PNACT.php>

Desde 1995, el terror ha alcanzado picos del 6,55% de participación de mercado (2007) y pisos de 1,70% (1996). El gráfico 1 muestra la fluctuación de la demanda a lo largo de la década exhibiendo un comportamiento cíclico con altas y bajas.



■ **Recaudación**

Gráfico 1. Recaudación del género de terror. 2000-2010*

Fuente: realización propia en base a The numbers (<http://www.the-numbers.com/market/Genres/Horror.php>). *Datos expresados en millones de dólares estadounidenses con ajuste inflacionario a precio de entrada de 2008.

El análisis de estas cifras muestra que el horror no está entre los cinco géneros más vendidos. Sin embargo, de considerar el promedio de películas producidas en relación con las ganancias totales del género, el orden sería el siguiente: 1) aventura; 2) acción; 3) terror. Por lo que a pesar de que se producen menos películas de terror, sus ganancias son mayores en comparación con géneros más populares como

la comedia o el drama, los cuales tienen más probabilidades de fracaso comercial. Aunque las películas de aventura y acción encabezan el índice de mayor ganancia por título, como se ve en la, el terror es altamente rentable como inversión. Durante los últimos años, muchos de los títulos de horror fueron producidos con presupuestos menores a U\$S 1.000.000, como se ve en la Tabla 2. El horror no sólo lidera el ranking de películas con mayores ganancias de la historia del cine sino que también supera en número (siete *hits*) al resto de los géneros.

**	PELÍCULA	GÉNERO	PRESUP.*	RECAUDACIÓN MUNDIAL*	% DE RETORNO
1	<i>Actividad paranormal</i> (Peli, 2007)	Terror	15.000	196.681.656	655.505,52%
2	<i>Mad Max</i> (Miller, 1979)	Ciencia ficción	200.000	99.750.000	24.837,50%
3	<i>Super Size Me</i> (Spurlock, 2004)	Documental	65.000	29.529.368	22.614,90%
4	<i>El proyecto de la bruja Blair</i> (Sánchez y Myrick, 1999)	Terror	600.000	248.300.000	20.591,67%
5	<i>El Mariachi</i> (1992, Rodríguez)	Acción	7.000	2.041.928	14.485,20%
6	<i>La noche de los muertos vivientes</i> (Romero, 1968)	Terror	114.000	30.000.000	13.057,89%
7	<i>Rocky</i> (Avildsen, 1976)	Acción	1.000.000	225.000.000	11.150,00%
8	<i>Noche de brujas</i> (Carpenter, 1978)	Terror	325.000	70.000.000	10.669,23%
9	<i>American Graffiti</i> (Lucas, 1973)	Comedia	777.000	140.000.000	8.909,01%

**	PELÍCULA	GÉNERO	PRESUP.*	RECAUDACIÓN MUNDIAL*	% DE RETORNO
10	<i>Clerks</i> (Smith, 1994)	Comedia	27.000	3.894.240	7.111,56%
11	<i>Una vez</i> (Carney, 2006)	Musical	150.000	18.997.174	6.232,39%
12	<i>The Stewardesses</i> (Silliman, 1969)	Comedia	200.000	25.000.000	6.150,00%
13	<i>Napoleón Dinamita</i> (Hess, 2004)	Comedia	400.000	46.140.956	5.667,62%
14	<i>Mar abierto</i> (Kentis, 2003)	Drama	500.000	55.116.982	5.411,70%
15	<i>Martes 13</i> (Cunningham, 1980)	Terror	550.000	59.754.601	5.332,24%
16	<i>Lo que el viento se llevó</i> (Fleming, 1939)	Drama	3.900.000	390.525.192	4.906,73%
17	<i>El nacimiento de una nación</i> (Griffith, 1915)	Bélica	110.000	11.000.000	4.900,00%
18	<i>Con el diablo adentro</i> (Brent Bell, 2012)	Terror	1.000.000	97.761.944	4.788,10%
19	<i>El gran desfile</i> (Vidor, 1925)	Bélica	245.000	22.000.000	4.389,80%
20	<i>El juego del miedo</i> (Wan, 2004)	Terror	1.200.000	103.096.345	4.195,68%

Tabla 2. Películas más redituables basadas en el retorno de ganancia

Fuente: The numbers (<http://www.the-numbers.com/movies/records/budgets.php>). *Datos expresados en dólares estadounidenses. **Posición en el ranking general de películas.

Todos los films citados en la Tabla 2 y desglosados en la Tabla 3 fueron producidos fuera de los grandes estudios de Hollywood. Asimismo, hasta 1980 ninguna compañía grande había distribuido estos

productos de bajo presupuesto. Ese año Paramount y Warner comercializaron *Martes 13* (Cunningham, 1980), la película de Cunningham, basados en el éxito obtenido por *Noche de brujas* (Carpenter, 1978) dos años antes. Paramount repetirá la experiencia con *Actividad paranormal* (Peli, 2007) y *Con el diablo adentro* (Brent Bell, 2012). Otra característica de análisis muestra una dominación de las cintas estadounidenses, incluso en las producciones ultra independientes como *La noche de los muertos vivientes* (Romero, 1968) o *El proyecto de la bruja Blair* (Sánchez y Myrick, 1999).

PELÍCULA	PAÍS	PRODUCTORA	DISTRIBUIDORA
<i>Actividad paranormal</i> (Peli, 2007)	EEUU	Blumhouse Productions	Paramount (2009)
<i>El proyecto de la bruja Blair</i> (Sánchez y Myrick, 1999)	EEUU	Haxan Films	Artisan
<i>La noche de los muertos vivientes</i> (Romero, 1968)	EEUU	Image Ten Laurel Group	Columbia (1968)
<i>Noche de brujas</i> (Carpenter, 1978)	EEUU	Compass International Pictures	Compass International Pictures (1978)
<i>Martes 13</i> (Cunningham, 1980)	EEUU	Georgetown Productions Sean S. Cunningham	Paramount Pictures (EEUU, 1980) Warner (mundial, 1980)
<i>El juego del miedo</i> (Wan, 2004)	Australia	Evolution Entertainment Saw Productions Inc. Twisted Pictures	Lionsgate (2004)
<i>Con el diablo adentro</i> (Brent Bell, 2012)	EEUU	Prototype Room 191	Paramount UIP

Tabla 3. Películas de terror más redituables basadas en el retorno de ganancias: producción y distribución¹⁰.

Fuente: elaboración propia en base a datos de IMDB.

¹⁰Los detalles de recaudación y presupuesto de estas películas están en la 2.

Sin embargo, las 10 películas de terror más taquilleras son mayoritariamente de los grandes estudios como se exhibe en la tabla 4:

	PELÍCULA	PRODUCCIÓN	DISTRIBUIDOR	RECAUDACIÓN TOTAL*	RECAUDACIÓN* (AJUSTE INFLACIÓN)
1	<i>Tiburón</i> (Spielberg, 1975)	Universal	Universal	260.000.000	1.000.682.925
2	<i>El exorcista</i> (Friedkin, 1973)	Warner Bros.	Warner Bros.	204.632.868	913.225.162
3	<i>Psicosis</i> (Hitchcock, 1960)	Shamley Productions	Paramount	32.000.000	347.826.090
4	<i>Soy leyenda</i> (Lawrence, 2007)	Warner Bros. Village Roadshow Weed Road Pictures Overbrook Entertainment 3 Arts/ Heyday Films Original Film	Warner Bros	256.393.010	291.623.655
5	<i>Hannibal</i> (Scott, 2001)	MGM / Universal Dino De Laurentiis Scott Free	MGM (EEUU) Universal (mundial)	165.092.266	230.137.059
6	<i>El proyecto de la bruja Blair</i> (Sánchez y Myrick, 1999)	Haxan Films	Artisan	140.539.099	218.264.289
7	<i>Entrevista con el vampiro</i> (Jordan, 1999)	Geffen Pictures	Warner Bros	105.264.608	202.830.660
8	<i>Poltergeist</i> (Hooper, 1982)	MGM / SLM Production Group	MGM	74.706.019	200.486.565

	PELÍCULA	PRODUCCIÓN	DISTRIBUIDOR	RECAUDACIÓN TOTAL*	RECAUDACIÓN* (AJUSTE INFLACIÓN)
9	<i>Alien, el octavo pasajero</i> (Scott, 1979)	Brandywine Productions 20 th Century Fox	20 th Century Fox	80.930.630	189.080.023
10	<i>Scream</i> (Craven, 1996)	Dimension Films Woods Entertainment	Miramax	103.046.663	178.459.626

Tabla 4. Películas de terror más taquilleras. 1977-2010.

Fuente: elaboración propia en base a datos de The numbers e IMDb.* Datos expresados en dólares estadounidenses.

La mayoría de las películas más taquilleras de horror fueron generadas o bien dentro de los grandes estudios o en alianza con ellos, con características de producción *high concept*¹¹ y comercialización de *blockbuster*¹². En contraposición, las cintas de la tabla 2 muestran una generación *exploitation*¹³. La misma característica se observa para la dis-

¹¹Según Justin Wyatt (1994: 93), las películas *high concept* fusionan el estilo con la comercialización: "La unión entre el marketing y el *high concept* está centrada en un concepto que es vendible (por ejemplo, que contiene una premisa explotable o propiedades pre-vendidas, como estrellas reconocidas). El mercadeo del concepto debe poseer una forma visual, presentada en spots televisivos, spots, trailers y avisos impresos".

¹²Los *blockbusters* (o éxitos de taquilla) son producidos con el objetivo de maximizar las ganancias, minimizar los riesgos y universalizar los contenidos (cultural y demográficamente). Originados a partir del reciclaje de ideas, se basan en *remakes*, secuelas o productos *bestseller*" (Lobato y Ryan, 2010: 9-10). Un hito en la producción de *blockbusters* es *Tiburón* (Spielberg, 1975).

¹³*Exploitation* designa filmes donde prima el objetivo económico. Definido como película de producción barata (aunque no es un valor único en todas las producciones) en la que las intenciones económicas priman sobre las estéticas, el *exploitation* es visto como "éticamente dudoso, industrialmente marginal y estéticamente corrupto" (Curubeto, 1996). Lo libertino, lo sensacional, drogas, sexo, sangre y tripas son el condimento más utilizado por las películas *exploitation*. Por esa razón, el terror (junto al porno) ha sido

tribución, realizada por las empresas mayores del mercado. La producción de *blockbuster* de terror ha incentivado la generación de franquicias que explotan una y otra vez las películas más redituables. La renovación de los productos de terror en forma de secuelas y *remakes* ha demostrado una buena *performance* en la taquilla como exhibe la Tabla 5:

UBICACIÓN*	FRANQUICIA	N° DE PELÍCULAS	RECAUDACIÓN MUNDIAL**	PROMEDIO POR PELÍCULA **
9	<i>Crepúsculo</i>	5	2.504.935.980	500.987.196
35	<i>Alien</i>	6	1.007.575.098	167.929.183
43	<i>Hannibal Lecter</i>	5	921.486.656	184.297.331
46	<i>El juego del miedo</i>	7	862.568.912	123.224.130
50	<i>Una película de miedo</i> ¹⁴	4	752.299.721	188.074.930
51	<i>Tiburón</i>	4	737.573.891	184.393.473
56	<i>Resident Evil</i>	4	674.764.589	168.691.147
66	<i>Actividad paranormal</i>	3	575.764.866	191.921.622
70	<i>Scream</i>	4	532.237.630	133.059.408
73	<i>Destino final</i>	4	501.774.729	125.443.682
74	<i>El exorcista</i>	5	496.966.909	99.393.382
79	<i>Martes 13</i>	12	465.228.816	38.769.068
82	<i>Pesadilla</i>	9	448.268.230	49.807.581
87	<i>Blade</i>	3	417.973.678	139.324.559

uno de los géneros más frecuentados por este tipo de producción. Para aquellos directores cuyo producto está en desigualdad de condiciones –bajo presupuesto, valores de producción baratos, distribución limitada, falta de estrellas o cualquier otro factor (Feshami, 2010: 14)– la publicidad y el discurso de *exploitation* ofrecen ventajas comparativas en la comercialización por su sensacionalismo. Los tópicos que abordan las películas de este tipo permiten publicidad no paga y difusión boca-en-boca.

¹⁴No es una saga de terror sino una parodia del género (más precisamente de *Scream*). Por esa razón se ha incluido, ya que explota el horror aunque sea una comedia.

UBICACIÓN*	FRANQUICIA	Nº DE PELÍCULAS	RECAUDACIÓN MUNDIAL**	PROMEDIO POR PELÍCULA **
93	<i>La llamada</i>	2	410.160.213	205.080.107
104	<i>Noche de brujas</i>	10	363.200.418	36.320.042
123	<i>El proyecto de la bruja Blair</i>	2	296.021.314	148.010.657
134	<i>El grito</i>	2	258.024.954	129.012.477

Tabla 5. Recaudación mundial de franquicias de terror

Fuente: elaboración propia en base a datos de The Numbers. *Ubicación dentro del ranking general de franquicias. ** Datos expresados en dólares estadounidenses.

Sólo una franquicia ocupa el *top ten* de recaudación general así como la mayor recaudación por película: *Crepúsculo* (2008, 2009, 2010, 2011, 2012). *La llamada* (2002, 2005) muestra el excelente rendimiento de un producto nacido en el terror japonés¹⁵, y *Actividad paranormal* (2009, 2010, 2011) sigue demostrando los réditos del bajo presupuesto. Esta categoría es aplicable sólo a la primera película de la saga, ya que las posteriores se hicieron con presupuestos mayores de U\$S 3.000.000 y colaboración de Paramount. Un ejemplo del cambio de tipo de producción cuando una película se convierte en marca comercializable. Por otra parte, las franquici-

¹⁵En la búsqueda de nuevos caminos interpretativos del miedo, Hollywood se topó con el cine japonés. La categoría *J-horror* define a “un grupo de películas de relativamente bajo presupuesto hechas en Japón a finales de los ‘90, como el ciclo *Ringu*” (Choi y Wada-Marciano, 2009: 104). Producidas con capitales transnacionales asiáticos, las películas comenzaron a circular en forma de DVD con la etiqueta “Asian extreme” por Tartan Films, una empresa distribuidora de DVDs con base londinense. Lo que comenzó como una estrategia de nicho se convirtió en un fenómeno que se expandió hacia todo el este asiático, contagiando al terror chino y surcoreano que intentó capitalizar la etiqueta (Choi y Wada-Marciano, 2009). El cine de culto que viajaba por los circuitos fanáticos fue absorbido por Hollywood, que importó los éxitos y sus directores, tal como lo hizo con el cine alemán, italiano e inglés a partir de la década del ‘50. Pero esta vez en forma de *remakes*, la estrella de la década de 2000.

cias más numerosas, aunque no las más taquilleras, son un índice de que el cine de los '70 y '80 sigue reactualizándose con las secuelas de *Martes 13* (1980, 1981, 1982, 1984, 1985, 1986, 1988, 1989, 1993, 2001, 2003, 2009), *Pesadilla* (1984, 1985, 1987, 1988, 1989, 1991, 1994, 2003, 2010) y *Noche de brujas* (1978, 1981, 1981, 1988, 1989, 1995, 1998, 2002, 2007, 2009).

El crecimiento del terror ha sido acompañado por otros géneros que “promueven la violencia” (Lu, Waterman, y Yan, 2005). Luego de analizar las 20 películas más taquilleras de los últimos 40 años, Lu, Waterman y Yan llegan a la conclusión de que las películas de acción, aventura, ciencia ficción o terror se han incrementado notablemente, mientras que géneros que denominan más “benignos”, tales como el drama o los musicales, han decrecido. Por otra parte, el avance tecnológico en la producción de películas afecta a la demanda y las decisiones de producción (Waterman, 2007). En primer lugar, porque la tecnología “puede mejorar la calidad”, lo cual hace que géneros “amigables con la tecnología” como el terror o la acción resulten más atractivos para el público. En segundo lugar, porque la tecnología puede disminuir los costos de producción, lo cual hace más atractiva y redituable la producción de estas películas para las *majors* cinematográficas.

En conclusión, el género de terror es altamente rentable en la mayor industria cinematográfica, Hollywood. EEUU domina la producción de género y exporta al resto del mundo sus productos domésticos. La convergencia digital ha generado un escenario diferente que deja lugar para producciones del género de otros países, como veremos a continuación.

1.5. El terror mundial se levanta como un zombi

La dominación estadounidense de la producción cinematográfica y, particularmente, del cine de terror, ha hecho dificultoso el estudio

de los mercados fuera de su territorio geográfico. Aunque EE.UU. ha producido el cine más influyente de horror, los únicos países que han sido analizados son el británico, el italiano y más recientemente el japonés (y asiático en general). Los productos de terror de otras latitudes han habitado los circuitos alternativos y los mercados de video hogareño con la categoría de *cine-arte* (alta cultura) o *cine-trash* (*exploitation/terror*) (Hawkins, 2009). Estos tesoros raritos (“*freaky treasures*”) circulan como títulos individuales (y no obras completas, como por ej. toda la filmografía de Hideo Nakata) sacados de su contexto local por lo que se convierten en perlas que venden su exotismo en un conjunto (Hawkins, 2009). De esta manera, el rastreo de las películas se hace en base a *hits* individuales y no como filmografía totalizadora.

Los mercados *mainstream* han experimentado un alto incremento de la circulación de los títulos de terror de cines nacionales alrededor del mundo, que se suman a los circuitos alternativos y *long tail*:

No hay duda de que la producción, distribución y recepción de cine de terror es cada vez más internacional, y esto es igualmente cierto en el extremo inferior de la economía de terror, donde el mercado *long tail* de DVDs, servicios de descarga y libre de alojamiento de vídeos de sitios como YouTube están ganando más contenidos disponibles para el público culto internacional que nunca. (Lobato y Ryan, 2010: 16)

En los últimos años los cines de terror italiano, japonés, mexicano, australiano, español y asiático han recibido un “modesto reconocimiento” (Schneider, 2002), y junto a la producción de otras latitudes han generado éxitos comerciales en mercados globales. El éxito de productos foráneos de terror en el Festival de Cannes de 2006 y 2007

(Ryan, 2008), y un análisis del *top ten* de horror del año 2003 han llevado a críticos de cine a asegurar que “Estados Unidos no tiene más el monopolio en la producción de productos de terror de calidad” (Lanzagorta citado en Ryan, 2008: 46). Varias películas de terror internacionales han tenido éxito en los mercados globales en el último tiempo, como se ve en la tabla 6:

PELÍCULA	PAÍS	RECAUDACIÓN MUNDIAL*
<i>El laberinto del fauno</i> (Del Toro, 2006)	España/México	83.234.615
<i>Exterminio</i> (Boyle, 2002)	Inglaterra	82.955.633
<i>El orfanato</i> (Del Toro, 2006)	España/México	80.000.000
<i>El descenso</i> (Marshall, 2005)	Inglaterra	57.029.609
<i>El cazador de Wolf Creek</i> (McLean, 2005)	Australia	27.649.774
<i>Muerte en la granja</i> (King, 2006)	Nueva Zelanda	32.330.354
<i>Rec</i> (Balaguero y Plaza, 2007)**	España	32.492.948

Tabla 6. Casos de películas de terror no estadounidenses exitosas comercialmente.

Fuente: Box Office Mojo e IMDb. *Datos expresados en dólares estadounidenses sólo de recaudación por salas.

Muchos de los éxitos internacionales se convirtieron en *remakes* estadounidenses: algunas exitosas como la series japonesas de *Ringu* [*La llamada* (2002; 2005)] y *Ju-on* [*El grito* (2004; 2009; 2006)]; y otras sin éxito comercial como la nueva versión de la noruega/francesa *Spoorloos* (1988, *remake* como *El rapto*, 1993) y la alemana *Nattevagten* (1994, *remake* como *La sombra de la noche*, 1997) (Schneider y Williams, 2005). Esto muestra el interés de Hollywood en capitalizar un mercado internacional emergente de horror y las tensiones entre lo local y lo global. Este contexto creó una “mayor demanda

de importaciones de terror, con audiencias crecientemente atentas a los títulos internacionales a través de las comunidades fanáticas digitales” (Ryan, 2008: 48), lo cual generó oportunidades para mercados en desarrollo como el iberoamericano y el argentino. La supremacía del mercado estadounidense ha determinado también la prevalencia de los productos de habla inglesa en los mercados internacionales (Lee y Waterman, 2007), lo cual hace dificultosa la circulación de productos no anglosajones: “Los principales distribuidores transnacionales que requieren un flujo constante de productos de habla inglesa están adquiriendo títulos de bajo a mediano presupuesto de género de productores independientes dispersos por el mundo” (Ryan, 2009: 3).

Sin embargo, el crecimiento de la comunidad fanática, la expansión de la demanda por el fenómeno *long tail* y la distribución digital permitieron empujar los límites hacia mercados más pequeños y de habla en español:

La expansión de la cultura fanática, tanto como las preocupaciones universales del terror, han llevado tanto a un aumento de la visibilidad de películas no europeas en EEUU y el Reino Unido, como a un aumento –limitado– de la penetración en mercados de habla inglesa de películas de terror no anglosajonas, y el empleo por parte de Hollywood de directores como Guillermo del Toro. (Langford, 2005: 175-176)

En España, el éxito de películas como *Los otros* (Amenábar, 2001), una coproducción entre EEUU, España, Francia e Italia; y *Rec* (Balagueró y Plaza, 2007), que con una estética de falso documental similar a *El proyecto de la bruja Blair* y un presupuesto de €1.500.000

recaudó más de U\$S 32.492.948 mundialmente¹⁶; ha convertido a este país en el mercado de habla hispana del género de terror más desarrollado.

Un operador importante en el mercado de cine en castellano es México (y particularmente Guillermo del Toro) a través de la coproducción de éxitos internacionales como *El laberinto del fauno* (Del Toro, 2006) y *El orfanato* (Bayona, 2007). México tiene una larga tradición de terror desde los inicios de su producción cinematográfica. El éxito obtenido por la ópera prima de Guillermo Del Toro, *Cronos* (1993), puso al cine mexicano de vuelta en el firmamento del terror mundial. Con un presupuesto de U\$S 2.000.000 se convirtió en uno de los filmes más caros hecho en México desde hacía muchos años. Luego de *Cronos*, el director mexicano hizo su paso por Hollywood con otras cintas de género como *Mimic* (1997), *Blade II* (2002) y *Hellboy* (2004) cuya facturación total de U\$S 274.000.000¹⁷ convirtieron a Del Toro en el nuevo Rey Midas del horror.

A excepción de España y México, el resto de los países latinoamericanos no tiene una tradición consistente en el género de terror. Sus producciones han sido escasas, inconexas y sin distribución internacional en la mayoría de los casos¹⁸.

¹⁶Fuente: www.imdb.com/title/tt1038988/

¹⁷Cálculo propio hecho en base a www.boxofficemojo.com

¹⁸Para mayores detalles sobre la producción latinoamericana de terror se sugiere leer *Latsploitation, exploitation cinemas, and Latin America* (Ruétalo y Tierney, 2009) y *Horro-fílmico. Aproximaciones al cine de terror en Latinoamérica y el Caribe* (Díaz-Zambrana y Tomé, 2012).

1.6. Consideraciones finales del capítulo

El concepto de género es una marca que permite diferenciar (parcialmente) el producto fílmico para su producción y comercialización. Dentro de este mar de codificaciones, el terror no se define por sus arquetipos sino por las emociones que genera en la audiencia. Ha sido condenado por la mayoría de la crítica y la academia que siempre lo ha considerado un género menor. A finales de los '70 se comienza a considerar valorable su análisis desde puntos de vista antropológicos, psicoanalíticos o formales que ven en el horror una representación de los miedos más ancestrales de las culturas. Aunque la configuración de sus elementos claves puede mutar en cada contexto junto a la representación de los monstruos que traspasan el portal de la *normalidad*, las diferentes perspectivas se resumen en pocos elementos claves: la represión de impulsos básicos, el horror de lo abyecto o la representación narrativa de lo inconsciente. El expreso del terror arroja por la chimenea de su máquina todo lo que el ser humano teme: en la visualización de la pelea del bien contra el mal en un mundo cotidiano o sobrenatural reside la tranquilidad de un temor controlado que cumple una función catártica.

La producción de terror ha sido siempre una de las más rentables de la industria cinematográfica. Basada en presupuestos más bajos que la media, el horror tiene una buena *performance* en la taquilla que la ubica en los primeros puestos entre los géneros.

En los últimos años, la larga dominación de EE.UU. en el negocio de sangre para las salas fue relegada en favor de otros mercados internacionales como Inglaterra, Nueva Zelanda o Japón. Muchos de estos países han producido éxitos de taquilla a partir del año 2000. El terror iberoamericano ha tenido el mismo éxito, incluso a pesar de que

los productos de habla inglesa son los que mayor penetración global tienen. Las mayores posibilidades de acceso al mercado internacional han posibilitado el ingreso de películas españolas y mexicanas principalmente. Sin embargo, otros países con menos tradición y producción en el género, como la Argentina, han logrado lo mismo (tal como observaremos en los capítulos 2 y 3).

| CAPÍTULO 2 |

Genealogía e historia del terror argentino: producción y temáticas

Tan prevalente ha sido la cultura anglosajona sobre el género de terror, que las incursiones de las culturas latinoamericanas en éste son muchas veces homenajes no explícitos a sus iconografías. No es casual que la literatura del género haya nacido en Inglaterra y Alemania para luego desarrollarse en EE.UU., los mismos espacios desde donde reinaría el terror cinematográfico.

El objetivo de este capítulo es analizar el marco histórico nacional que da a luz al género argentino a partir del año 2000. Se trata de una filmografía irregular con modos de producción cambiantes a lo largo de las décadas del siglo XX. Debido a las escasas expresiones filmográficas, se analizará la producción de terror en otras industrias para encontrar las tendencias que mueven al género desde la década de 1930. Se trata de una explotación que siempre miró hacia el norte para construir monstruos nacionales y que muestra problemas para expresar al género en su forma pura. Esta imposibilidad se verá probada en raíces que exceden al objeto de estudio pero que lo modifican: la esencia argentina y sus expresiones literarias e idiosincráticas. El desglose

de estos factores permitirá probar que si bien el terror no ha sido uno de los más evolucionados, ha tenido un importante desarrollo que ha sido ignorado por los estudios académicos.

2.1. Una cultura contracturada: raíces literarias del horror made in Argentina

“¿Cómo aplicar las claves del terror a un relato cuyo referente es una realidad que constantemente supera, desmiente y empequeñece esas claves?”. (Gandolfo, 2007: 213)

El género de terror se ha alimentado de seres fantásticos que surgen de leyendas. Sin embargo, los monstruos sobrenaturales pocas veces han habitado el horror argentino, lo cual nos hace cuestionar la naturaleza de nuestra identidad. Si “el terror basado en lo sobrenatural tiene la función de proveer un escape ante los terrores demasiados reales y cercanos –guerras, pestes, crisis, hambrunas-, ¿qué pasa con la psiquis de una literatura que se niega a ese escape?” (Gandolfo y Hojman, 2007: 14).

Esta situación genera la imposibilidad de exorcizar a nuestros propios demonios: la colonización, las pujas históricas entre el centralismo/federalismo y civilización/barbarie, las modificaciones en la identidad nacional luego de las oleadas de inmigrantes, la hiperinflación, el miedo a no llegar a fin de mes y las dictaduras. Argentina es así una cultura *contracturada* que exhibe un inusual número de psicólogos per cápita. Sin escapismo, hay más horas de diván.

Y el máximo terror nacional es el de superar un destino de grandeza que nunca pudo completarse y que llevó a Argentina de la utopía de país de primer mundo a la realidad de no serlo:

Los observadores a menudo han estado perplejos por lo que consideran la paradoja, enigma o acertijo argentino. Uno de los países más ricos del mundo, ubicado en términos de los estándares de vida en el octavo lugar en el mundo, aún antes de Austria, Suiza y algunos países escandinavos, en 1928; fue por la década de 1960 desclasado a una nación con estatus de Tercer Mundo. Las implicaciones para los argentinos fueron múltiples, no por lo menos en términos de sueños rotos (...) recién al final del siglo 20 parece que hay una creciente toma de conciencia de la necesidad de reposicionarse en el ámbito hemisférico, es decir el contexto de América Latina. (Schneider, 1998: 17)

La elección del terror como zona central en una obra nunca echó raíces en la literatura argentina canónica” y la poca que existe “ha mantenido un registro mayormente urbano, ajeno a los mitos que pueblan el interior del país” (Gandolfo, 2007: 213). Su riqueza ha sido exhibida y recopilada en el libro *Seres mitológicos argentinos* (Colombres y Scafati, 2008). Sin embargo, no es sorprendente el hecho de que no se los haya tomado como fuente de inspiración, considerando que se han desarrollado con más fuerza los cánones de la literatura europea y anglosajona que los de nuestro propio folclore¹⁹.

¹⁹Algunas de estas leyendas han sido recuperadas en las series de televisión ganadoras de los concursos 2010 y 2011 en el marco del Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales para TV, impulsado por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Consejo Asesor del SATVD-T de la República Argentina. Las series en cuestión son *Payé* de Corrientes que ahonda en mitos y leyendas del litoral argentino y *Mañana siesta, tarde, noche* de Misiones que hace lo propio con el nordeste argentino. Otro caso es el de *El aparecido* de Salta que involucra elementos del género fantástico para construir un western andino que apela a las creencias populares y *Ruta misteriosa*, que involucra leyendas regionales en el medio de una historia familiar de sangre y dolor.

Una de las excepciones ha sido Horacio Quiroga, cuyos aportes al género han sido tan abundantes que puede ser considerado su principal exponente (Gandolfo y Hojman, 2007). Su vida trágica, así como su conocimiento del ambiente criollo y la selva contribuyeron con su talento narrativo para dar cuenta del terror y la muerte del ser humano en un entorno que aprisiona:

Sus cuentos más célebres son precisamente los que lindan por su tema (trágico-existencial) con el misterio, el horror, lo fantástico, todo ello en un marco selvático y natural que dota a su obra de una dimensión universal: el ser humano en medio de la naturaleza cósmica. (...) Los personajes de sus cuentos están marcados por la fatalidad de la tierra y la obsesión por la muerte violenta. (Acereda Extremiana, 2001: 9)

El horror eminentemente urbano tuvo uno de sus primeros exponentes en uno de los libros clave de la literatura hispanoamericana y nacional: *El matadero* (1837). El hambre y la sangre pueblan un relato encolerizado, donde ni la tragedia de un niño decapitado hace olvidar a la población sus estómagos famélicos. Echeverría ubica la acción en una Buenos Aires gobernada por Juan Manuel de Rosas pero su estilo es importado del realismo europeo. Por lo que ya desde los inicios, el terror argentino es una inoculación foránea.

La importación del miedo se exhibe hasta en una de las marcas registradas de la cultura porteña: el tango que “encapsula el terror y la tragedia argentina” (Schneider, 1998: 16) y que es escenario desde los albores del siglo XX de un país transnacionalizado cuya identidad está constantemente en crisis por las constantes oleadas de inmigrantes que llegaron desde finales del siglo XX:

La globalización propia del tango coincide curiosamente con el máximo histórico de la modernidad en la década de 1920, cuando fue lanzado en un escenario internacional en París, y bailado por entonces playboys argentinos ricos, dilapidando la fortuna de sus campos. Sin embargo, el tango era ya un híbrido en sus comienzos: bailado en el cambio de siglo en los suburbios (arrabales) de Buenos Aires, donde la ciudad y la pampa se fusionaron, así como en los distritos del puerto, se incorporaron elementos de los africanos, criollos y europeos que habitaban en Argentina. (Schneider, 1998: 16).

La literatura gauchesca que nació a fines del siglo XIX fue profusa en historias del campo y peleas de cuchillo y su mayor exponente fue el *Martin Fierro* (1872, 1879, José Hernández). En estos textos “el otro enemigo de la civilización, el gaucho, aparece glorificado como la quintaesencia de lo nacional”, tal vez como una manera de exorcizar el terror a una cultura autóctona perdida “frente a la babelización que la tradicional sociedad argentina observaba diariamente en Buenos Aires” (Lugones, 1992: 13)²⁰.

Mientras las claves del horror anglosajón abundan en monstruos sobrenaturales que pueden tocar nuestra puerta, el terror local parece insistir en un terror más mundano y cotidiano: el de un apetito que no logra saciarse. Tal como lo había hecho Echeverría, Manuel Mujica Láinez relata en “El hambre” –primer relato de *Misteriosa Buenos Aires* (1950)- “las condiciones extremas que conocieron quienes fundaron la ciudad, que generan un crecimiento implacable de la derrota y la muerte” (Gandolfo y Hojman, 2007: 75). Sin embargo, Mujica Láinez

²⁰Susana Cella en el prólogo a la edición de *La guerra gaucha* (Lugones, 1992).

-al igual que Jorge Luis Borges y Adolfo Bioy Casares- fue un escritor que incursionó más en la literatura fantástica que en el terror.

Julio Cortázar es otro de los autores argentinos que explora el horror en cuentos como “Circe” (Cortázar, 1995) donde “retrató con lucidez e intensidad fóbica el mundo de la histeria femenina (y familiar) del barrio” (Gandolfo y Hojman, 2007: 88) mientras en otros el género es rozado como en “Cartas de mamá” (Cortázar, 1968), “Las babas del diablo” (Cortázar, 1968), y “Casa tomada” (Cortázar, 1995). Dolores Tierney (2009) indica la existencia de elementos de horror en *El beso de la mujer araña* (1976) de Manuel Puig que usualmente han sido analizados haciendo foco sobre su estética *kitsch*.

Es notoria la ausencia de material del género terror que incluya en su asunto uno de los horrores más recientes de la historia argentina: la dictadura cívico militar que gobernó al país entre 1976 y 1983. Los 30.000 desaparecidos, la apropiación de niños, los secuestros y la tortura sistemática no ha sido trasladados al relato ficcional tal vez porque cualquier herramienta de ese orden sería menos eficaz que los hechos mismos. Uno de los pocos autores que se animaron es Lázaro Covadlo, en “Llovían cuerpos desnudos” (2007). Un cuento que aborda los llamados vuelos de la muerte desde la perspectiva de uno de los verdugos perseguido por los fantasmas de las víctimas arrojadas al Río de la Plata. Covadlo yuxtapone dos sistemas de terrores:

Uno, el real e inmarcesible: el vuelo de los prisioneros desde los aviones. El otro, que abrevia en una tradición innumerable dentro del género (desde Edgar Allan Poe con “El corazón delator”, hasta la saga pop de las películas de Freddy Krueger y sus pesadillas en lo profundo de la noche) es el regreso de los muertos vivos en busca de venganza. Como fondo, el sólido muro de culpa. (Gandolfo y Hojman, 2007: 184)

Gandolfo y Hojman (2007) mencionan otros casos literarios más recientes: C.E. Feiling, quien incursionó explícitamente en el terror con su novela *El mal menor* (1995); Gustavo Nielsen, “quizá sea quien más utiliza claves de ese estilo” con *Playa quemada* (1994) y *La flor azteca* (1997), donde domina lo siniestro según Freud; Carlos Chernov con varios relatos de *Amores brutales* (1992); y Mariana Enríquez con *Bajar es lo peor* (2004), *Cómo desaparecer completamente* (2004) y *Los peligros de fumar en la cama* (2009).

Sin embargo, y aún antes de que existiera la vertiente cinematográfica, el terror argentino ha sido “una flor exótica” que no llega en la mayoría de los casos a las “marcas puras del género”, tal como expresa Carlos Vallina (2011). Son atmósferas sugeridas mediante la reutilización de elementos foráneos que no alcanzan a generar la catarsis de nuestra cultura *contracturada*. Apelando a la definición de Robin Wood (1985) sobre el género como represión de la sexualidad en la cultura anglosajona, aquí no se reprime lo que no ha sido liberado y descansa como “discurso latente” más que como “poética dramática”, tal como agrega Vallina (2011):

En Argentina los arcanos de una sexualidad no se pueden desarrollar. ¿Qué es lo que no latía en nosotros? El sexo no existía para nosotros. No era un tema. Era una asignatura donde los profesores nos explicaban lo que significaba la sífilis.

2.2. Vampiros y monstruos en las pantallas argentinas: historia y modos de producción

El terror argentino ha tenido muy pocas expresiones cinematográficas. En comparación a otros géneros desarrollados en el país, la

apuesta por el horror ha sido esporádica. Muy pocos directores y productores generaron un corpus consolidado. En este punto abordaremos las producciones del género cruzadas por el contexto de una industria que se inició como una de las líderes de la región y que declinó luego de los '50 convirtiéndose en estado-dependiente.

2.2.1. El espejismo industrial: las primeras películas de terror

Las primeras producciones de terror argentinas comienzan durante la década de 1930, cuando Argentina estaba iniciando su período de mayor gloria industrial que duró hasta 1943. La quiebra de Wall Street y la recesión de los principales mercados generaron las condiciones para que Argentina instale -con la utilización del sonido- “la industria cinematográfica más poderosa que vio alguna vez el país; aquella que le permitiría ejercer el liderazgo indiscutido en todo el mercado de habla hispana” (Getino, 2005: 26).

Aunque se inicia la era de los grandes oligopolios cinematográficos argentinos, la primera cinta de horror fue una producción independiente llamada *El hombre bestia o las aventuras del Capitán Richard* (Zaccaría Soprani, 1934). Perdida durante décadas y recuperada en el 2002, fue filmada en Rosario donde “había una interesante producción cinematográfica” que “difícilmente llegaba a la Capital por lo que los historiadores la ignoraron sistemáticamente” (Sapere, 2007b). La película hace una adaptación del libro de Stevenson *El extraño caso del doctor Jekyll y el señor Hyde* (1886).

Mientras se desarrolló una producción independiente en el interior del país de la que poco se conoce, en Buenos Aires se fundaron los estudios más importantes. El primer proyecto industrial del país fue Argentina Sono Film (ASF), que impondría una nueva línea de trabajo:

“Mentasti²¹ organizó industrialmente su negocio mediante la producción ininterrumpida de películas para enfrentar o negociar en mejores condiciones con la exhibición; si una película fracasaba, pronto tenía otra lista para compensar los déficits”. (Getino, 2005: 26).

El mismo año de fundación de ASF (1931), Lumiton se constituyó como un *estudio integral* a la manera de los existentes en Hollywood, que con todas las pompas importó equipos estadounidenses, fabricó su propio equipamiento de sonido y trajo al país técnicos extranjeros (Getino, 2005: 26). Otras empresas que se incorporaron a la producción fueron Pampa Film, Establecimientos Filmadores Argentinos (EFA), Baires Films, Estudios San Miguel, a las que se sumó la consolidación de existentes como el laboratorio Alex (Félix-Didier, 2002).

Félix-Didier (2002) denomina esta época (1933-1953) como “el espejismo industrial” ya que si bien la industria nacional tenía un desarrollo, continuaba siendo dependiente y periférica respecto de los insumos y medios de producción. Los estudios de la época realizaban la producción bajo tres líneas de producción (Getino, 2005):

- Cine para consumo de las clases altas y medias “conformado por comedias almibaradas, ingenuas protagonistas y escenarios fastuosos”. Un ejemplo es *Los martes orquídeas* (Mugica, 1941) del estudio Lumiton.
- Cine esteticista “influenciado por algunos filmes europeos” como *La fuga* (Saslavsky, 1937) de Pampa Films.
- Cine popular, dominado principalmente por ASF y directores como Manuel Romero, Mario Soffici y Luis César Amadori.

²¹Angel Mentasti es el fundador de ASF.

En esta última categoría se inscribieron las películas de terror producidas durante los '40. Si bien la producción de cintas había comenzado en los primeros años de la década del '30, no fue hasta 1942 que se filmó el primer producto industrial de horror en Argentina: *Una luz en la ventana* (Romero, 1942) de Lumiton. La película dirigida por Romero es considerada como la pionera del género e introdujo en el cine a quien sería la estrella indiscutible del terror nacional durante las próximas décadas: el actor español Narciso Ibáñez Menta, quien interpreta a un hombre bestia acromegálico²² que busca una cura pDurante 1942, “ninguna otra potencia industrial –salvo México– aparecía en el continente para disputar tal hegemonía” de una industria conformada por cerca de treinta estudios, cuatro mil empleos estables y 57 largometrajes realizados (Getino, 2005: 33). Sin embargo, la sustentabilidad de la producción estaba en riesgo porque buscando la utilidad inmediata los estudios entregaban sus películas a precio fijo, por lo cual “las mayores ganancias producidas por los eventuales éxitos de público quedaban en manos de los distribuidores” (Mahieu citado en Getino, 2008: 299).

2.2.2. Retroceso de la producción: las adaptaciones de la literatura universal

Durante casi una década en Argentina no se producen películas de horror. Algunos realizadores argentinos dirigen filmes del género

²²La acromegalia es una enfermedad rara crónica en personas, causada por una secreción excesiva de la hormona del crecimiento, la cual es producida en la glándula pituitaria. Generalmente el aumento de hormona del crecimiento se relaciona con el desarrollo de un tumor benigno.

en Chile. Es el caso de *La casa está vacía* (Schlieper, 1945) y *La dama de la muerte* (Christensen, 1946). Las causas del desinterés son múltiples:

En parte debido a que los productos que llegan desde Estados Unidos son considerados *filmes truculentos* sin más y el rótulo *terror* no genera mucha adhesión y también porque todos (artistas, público y crítica) tienen preferencia por el relato de misterio o el *thriller* melodramático. (Lavia, 2008)

Asimismo, la industria cinematográfica argentina estaba experimentando un retroceso que convertía en empresa riesgosa a la apuesta por un género que no había demostrado su eficacia en las salas. La vieja disputa del mercado hispano entre Argentina y México comenzó a definirse a favor de México durante la Segunda Guerra Mundial, tal como muestra la tabla 7.

AÑO	PELÍCULAS REALIZADAS	
	ARGENTINA	MÉXICO
1935	22	26
1939	50	37
1941	47	46
1942	56	42
1945	23	64
1950	56	125

Tabla 7. Películas producidas en Argentina y México. 1935-195.

Fuente: (Getino, 2005: 35).

Este descenso de la producción se debió principalmente a limitaciones materiales. La película virgen, “considerada un valor estratégi-

co, debía constituir un premio a los países aliados en la guerra y no a los que, como la Argentina, habían adoptado una posición neutralista” (Getino, 2008: 300). En 1943, nuestro país recibió 3.6000.000 de metros, contrastando los 11.000.000 recibidos por México (Getino, 2005). Asimismo, el incentivo alcanzó a Chile, que recibió equipamiento y celuloide debido a que “Washington quiso que las películas en castellano fueran producidas por un país amigo” porque “temió que las argentinas pudieran eventualmente ser vehículos para la filtración de propaganda en América Latina” (Di Núbila citado en Getino, 2008: 300). Esta situación y la presión de los empresarios locales generaron la primera medida proteccionista que estableció cuotas de pantallas para la producción extranjera²³. La decisión incidió positivamente en la producción: en 1950 hubo una recuperación por la cual se estrenaron la misma cantidad de películas que en 1942 (Perelman y Selvach, 2004). Aunque en franca desigualdad con la industria mexicana, por lo que la Argentina comenzó a perder su proyección internacional.

Durante esa época se inició una fiebre de adaptaciones de la literatura universal, principalmente del siglo XIX, con un doble objetivo: la reducción de costos utilizando obras que ya estaban libres del pago de derechos de autor (como lo había hecho la Universal en los años '30) y la seducción de los sectores medios, hasta entonces poco proclives a todo lo que sonara a industria de producción argentina (Lavia, 2012: 29). Pagnoni Berns (2012: 442) señala que las

²³“El decreto establecía que los cines de primera línea de Capital Federal con más de 2.500 localidades debían estrenar un filme argentino cada dos meses; los restantes de primera línea y todos los que estaban en el radio céntrico de la Ciudad, uno por mes; y el resto de los ubicados en Capital Federal y los del interior del país debían exhibir películas nacionales al menos en dos de cada cinco semanas” (Perelman y Selvach, 2004: 17).

películas de terror de la época presentaban en los créditos leyendas “aleccionadoras que pretenden prevenir y que su fábula podría suceder *en cualquier época* y lugar para borrar las coordenadas espaciales y temporales de la acción”. En este marco, se produce el lanzamiento de *El extraño caso del hombre y la bestia*, (Soffici, 1951) la primera película de terror de la década de los '50, una adaptación criolla de ASF del libro de Stevenson.

Luego se sumarían dos películas que se centraban en *el hombre de la bolsa*²⁴, aquel personaje que secuestra y asesina a niños (Lavia, 2008): *Si muero antes de despertar* (Christensen, 1952) de los Estudios San Miguel y *El vampiro negro* (Viñoly Barreto, 1953). Siguiendo con la tendencia de la época, también fueron adaptaciones de obras literarias extranjeras. La película de Viñoly Barreto era también una *remake* de *M, el vampiro de Dusseldorf* (Lang, 1931), que si bien incluye elementos de horror puede ser enmarcado más correctamente como *film noir*.

También surgen comedias de terror que satirizan al género explotando el éxito de las producciones de la Universal como *Abbot y Costello contra los fantasmas* (Barton, 1948). Cinematográfica General Belgrano lanza *El fantasma de la opereta* (Carreras, 1954) que introduce a personajes como el monstruo de Frankenstein, Drácula, el hombre lobo y el hombre invisible. La General Belgrano era la productora de

²⁴El “hombre de la bolsa” (denominado también el hombre del saco, viejo del saco, viejo del costal o el viejo de la bolsa) es un personaje del folclore infantil hispánico. Se le suele representar como un hombre que vaga por las calles cuando ya ha anochecido en busca de niños extraviados para llevárselos metidos en un gran saco a un lugar desconocido. Este personaje es caracterizado como un asustador de niños, y se utiliza como argumento para asustar a los niños y obligarlos a que regresen a casa a una hora temprana. Es similar al coco y al sacamantecas.

los hermanos Carreras (Nicolás, Luis y Enrique) cuya marca de estilo eran películas de rápida confección y bajo costo (López, 2005a: 240). Por su parte, la producción de Teruel-Nacson repetirá la experiencia diez años después con *Las aventuras del capitán Piluso en el castillo del terror* (Lauric, 1963), con el inolvidable personaje de Alberto Olmedo asustado por otra estrella televisiva: Martín Karadagián²⁵.

2.2.3. *Las coproducciones y el exploitation argentino*

A mitad de los '60, surge una serie de películas macabras cuyo cóctel contenía sexo y sangre. Su director fue una de las figuras más criticadas de la época. Décadas más tarde fue transformado en el ídolo de una nueva generación de fans luego de ser recuperado en los '90 por el crítico Diego Curubeto (1996). Emilio Vieyra fue uno de los máximos exponentes del *exploitation* argentino y realizó una serie de cintas junto al productor Orestes Trucco, un argentino que entonces vivía en Nueva York y vendía filmes a la TV (López, 2005a). Realizaron películas habladas en inglés directamente para el mercado estadounidense, tendencia pionera en la industria que no tenía nada que ver con anteriores coproducciones entre Argentina y otros países, o bien con productos estadounidenses filmados en el país (Lavia, 2008).

Vieyra y Trucco fundaron una productora llamada Productores Argentinos Asociados (PAA), tal vez un homenaje a la empresa líder

²⁵Martín Karadagián fue un deportista, luchador profesional y actor argentino, cuyo nombre verdadero era Martín Karadayijan. Fue creador del espectáculo televisivo argentino titulado *Titanes en el Ring*, emitido por Canal 9 (Buenos Aires) entre 1962 y 1988. El programa mostraba lucha libre o *catch*.

del *exploitation* AIP²⁶. Su primera película fue *Extraña invasión* (Vieyra, 1965a)²⁷, un producto financiado por PAA para venderse en el mercado hispanoparlante de EE.UU., tal como declaró el mismo Vieyra:

Simplemente se filmaba en Argentina para abaratar costos aunque no era una película barata para lo acostumbrado en el cine argentino. La idea fue de un productor de la TV americana (...). Reconstruimos un típico barrio estadounidense en El Palomar. Trajeron de allá hasta los parquímetros. (Vieyra citado en Curubeto, 1996: 361)

Aunque se sabe poco y nada del destino internacional de la película, Vieyra encontró un nicho que comenzó a explotar generando productos similares dirigidos al mismo mercado:

Los distribuidores estadounidenses que operaban en las áreas hispanas requerían, ante todo, que las películas tuvieran una gran dosis de sexo. Por mi lado, como siempre estuve interesado en el cine negro y las temáticas macabras, creí que sería más interesante insertar esos elementos eróticos dentro de una historia de terror. (Vieyra citado en Curubeto, 2003: 172)

El siguiente film se tituló *Placer sangriento* (Vieyra, 1965b), incluía la misma fórmula y fue filmado con un adelanto de U\$S 10.000 de la distribuidora PelMex. En EE.UU. el distribuidor Jerald Intrator la

²⁶American International Pictures (AIP) fue una de las compañías estadounidenses que creó la tendencia de horror y ciencia ficción de bajo presupuesto y el clásico ciclo de terror, con películas como las de Roger Corman basadas en los cuentos de Edgar Allan Poe. También produjo cintas de *blaxploitation* (boom de cine negro) a mediados de los '70.

²⁷Varias fuentes difieren sobre las fechas de producción y estreno de las películas de Emilio Vieyra. Para este trabajo se toma como referencia el libro *Cine bizarro* de Diego Curubeto (1996: 359-366).

dobló al inglés y le agregó escenas de sexo y lesbianismo, estrenándola con dos títulos diferentes *The deadly organ* y *Fist of flesh* (Manrupe y Portela, 2001). Esta producción se estrenó en las zonas hispanas de Estados Unidos con el nombre *The curious Dr. Humpp* (Curubeto, 2003: 172). Fue seguido por *La venganza del sexo* (Vieyra, 1966), donde el director “sobrepasa las propuestas más insólitas y demenciales de la edad de oro de la serie B americana” (Curubeto, 2003: 172). Luego filmó la psicodélica *La bestia desnuda* (Vieyra, 1967a). Y a continuación la primera película argentina de vampiros: *Sangre de vírgenes* (Vieyra, 1967b), producida por U\$S 15.000 y rodada en los bosques de Bariloche. *Sangre de vírgenes* rompió con ciertas convenciones “al buscar el efecto paródico y el humor antes que el terror, al revertir el uso de colores oscuros y sombríos por brillantes y estridentes (...) al utilizar dicha estética como medio para exaltar el morbo de un espectador que buscaba entretenerse más que asustarse” (Olmedo, 2012: 231). Estas películas se estrenaron tardíamente en Argentina, donde fueron vilipendiadas por la crítica hasta los ’90, cuando se convirtieron en material de culto (Curubeto, 1996). Sin embargo, Vieyra y los productores argentinos no obtuvieron ningún beneficio económico de las ganancias de distribución de estas películas, dobladas al inglés, alemán e italiano en versiones piratas (Anchou, 2005b: 624).

Unos años después se filmó en EE.UU: la primera producción que contribuyó a hacer conocido a uno de los subgéneros más escabrosos: el *snuff*. Se trata de películas que (supuestamente) muestran asesinatos reales. Un productor estadounidense, Allan Shackleton, reeditó una película hecha en Argentina por el matrimonio Findlay llamada *El ángel de la muerte* (1970). Posteriormente se le agregaron escenas donde se muestra a una actriz mutilada y asesinada visiblemente filmadas

en Nueva York y agregadas a la locación argentina. Al resultado se lo denominó *Snuff* (Findlay, Findlay, y Nuchtern, 1974) y se lo vendió con el slogan “filmado en Sudamérica, donde la vida es barata”. La película fue un éxito de taquilla en EE.UU., apoyada por artículos periodísticos apócrifos que aseguraban que los asesinatos eran reales, y supuestos grupos de decencia que manifestaban estar molestos por la exhibición (Curubeto, 1996: 339). Su éxito generó una ola de copias que impulsó la explotación de estos productos.

Enrique Torres Tudela fue uno de los impulsores de varias coproducciones internacionales en nuestro país. Empresario peruano, aparente poseedor de los derechos de *Obras maestras del terror* para Estados Unidos (Carreras, 1960) (país donde la distribuye bajo otros títulos), es una figura enigmática de la cual poco se conoce. Su primera cinta de terror en Argentina fue *La ciudad de los cuervos* también conocida como *La ruleta del diablo* (Cores, 1968). Nunca se estrenó, y se presume que el negativo se remató en 1972 y fue comprado por Pino Farina²⁸ (López, 2005a). Sin embargo, quedan registros periodísticos acerca de la producción:

Artículos de la época la señalan como *una de las películas más ambiciosas que se hayan realizado en nuestro país*, haciendo hincapié en los escenarios y vestuarios de este film *de época* y en su presupuesto récord de \$ 70.000.000²⁹ (...). Se cuenta que para la película se construyó la réplica de una ciudad colonial –en los Estudios San Miguel– para terminar incendiándola en una escena. (Sapere, 2007a)

²⁸Pino Farina era el director de los laboratorios argentinos Tecnofilm y productor de otras cintas como *Borges para millones* (Wullicher, 1977) y *Comandos azules* (Vieyra, 1979).

²⁹U\$S 200.000 según la cotización histórica de la época. Fuente: (http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Cotizaci%C3%B3n_hist%C3%B3rica_de_monedas_de_la_Argentina).

A mediados de los años '70, Torres vuelve a la Argentina y produce tres películas³⁰, todas en aparente coproducción y con un elenco de figuras nacionales (Sapere, 2007a): *Seis pasajes al infierno* (Siro, 1975b), *Allá donde muere el viento* (Siro, 1975a) y *La casa de las sombras* (Wullicher, 1976)³¹. Las únicas que se exhibirían en nuestro país serían *Seis pasajes al infierno* que se estrenó tardíamente y con pretensiones de *exploitation*, en 1981 y en una sola sala (Manrupe y Portela, 2001: 527; Sapere, 2007a); y *La casa de las sombras*, que “ha sido vista en TV” posteriormente (Lavia, 2008). El productor Pina Farina también compró estas tres cintas (López, 2005a).

Otra coproducción de la misma época fue la película peruano-argentina *El inquisidor* (1975), dirigida por el cineasta argentino Bernardo Arias. Era un *joint-venture* de la empresa Cinematográfica Apurímac S.A del peruano Tulio Loza con capitales argentinos³² y se estrenó con éxito en el país andino, aunque con retraso en Argentina porque fue censurada.

Estas películas filmadas en territorio argentino muestran a un país insertado tardíamente en el escenario mundial del terror de finales de los '50 generando productos de *exploitation* como los de la productora inglesa Hammer o la estadounidense AIP, y coproducciones orientadas al mercado internacional estadounidense. Los productos de explotación más populares de nuestro país no pertenecieron al género de horror sino al *sexploitation*: las películas de la dupla Bo-Sarli de la productora Sociedad Independiente Filmadora Argentina (López, 2005a).

³⁰Las producciones fueron junto a Pino Farina (Lavia, 2008).

³¹Willicher había dirigido dos años antes una de las películas más famosas de la filmografía nacional: *La Patagonia rebelde* (1974).

³²Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Tulio_Loza

2.2.4. La desaparición de las majors criollas: el género en medio de la intervención estatal y las comedias livianas

En 1956, la industria cinematográfica estaba paralizada: se estrenaron sólo 12 películas argentinas (en contraste a los 45 de 1954 y los 43 de 1955) y un año más tarde el estreno de cintas extranjeras alcanza su pico histórico: 697 (Getino, 2005). La situación generó intervención estatal a través de la creación del Instituto Nacional de Cinematografía (INC), que inició una política de apoyo a la producción nacional (Perelman y Selvach, 2004). Sin embargo, ya era tarde para muchas de las productoras que se habían creado en los '30. Lumiton, los Estudios San Miguel y otras empresas se habían disuelto o estaban en vías de hacerlo. El único *pulpo industrial* en pie era ASF, que a partir de los '60 se convirtió en uno de los principales distribuidores del país (Anchou, 2005a).

El cine de autor comenzó a surgir en los circuitos con la llamada generación del '60, aunque en convivencia con el cine-entretenimiento que venía de las décadas anteriores (Aguilar, 2005). El género de terror había sido revalorizado desde finales de la década del '50 por numerosas tiras televisivas que tenían a Narciso Ibáñez Menta en momentos culminales de su carrera. Luego del éxito de la serie *Obras maestras del terror* en 1959 y 1960 (Canal 7 y 9), ASF y el productor Vicente Marco trasladaron la marca a la pantalla grande con una versión dirigida por Enrique Carreras (1960) y protagonizada por el actor español que mostraba tres adaptaciones de cuentos de Edgar Allan Poe. Su conquista de la crítica y el público posibilitó la venta internacional a la empresa canadiense Cinépix Film Properties (CFP)³³. Fue

³³Fuente: <http://www.imdb.com/title/tt0054134/companycredits>

exhibida en EEUU con el título *Masters of Horror* y como complemento de la película *Master of Terror* o *4.d man* de Irvin S. Yeaworth Jr (1959) (Weldon citado en Manrupe y Portela, 2001).

Un nuevo gobierno dictatorial en la Argentina -con el general Onganía como presidente- instauró un régimen de censura *moralizante* sobre la televisión y el cine (Getino, 2005). En tal marco, las producciones que pretendieran poner en escena violencia y sexo eran empresas arriesgadas: no sólo podía sufrirse la incautación de la cinta, sino que el director implicado podía terminar en la cárcel, como le sucedió a Armando Bo en octubre de 1967, y a Emilio Vieyra, detenido junto a una de sus actrices (Gloria Prat) por filmar escenas de desnudos para *Placer sangriento* (Vieyra, 1965b) (Manrupe y Portela, 2001).

Mientras la producción de horror cinematográfico tiene un freno, a partir de 1969 se producen varios ciclos del género en la pantalla televisiva. En 1973 se instaura la democracia y aumenta la producción nacional, la concurrencia a las salas y se descomprime la censura. Fueron años en que vuelven los géneros y el cine de autor. Durante ese fugaz paréntesis se producen dos cintas de un director independiente: Jorge Carlos García. Con una sociedad llamada MALHEGAR filmó *Estigma de terror* (García, 1973) y *El bosque de los condenados* (García, 1974). Sólo se estrenó la primera en la sala de la Sociedad Hebrea Argentina (Cine Teatro SHA) de manera no comercial (Lavia, 2008).

Este breve destape admitió el estreno de dos de las producciones de Vieyra [*Extraña invasión* (Vieyra, 1965a) y *Sangre de vírgenes* (Vieyra, 1967b)], que se proyectaron en salas centrales como los cines de la calle Lavalle, el Monumental y el Trocadero (España, 2005: 598). Mientras tanto Aries, una de las productoras en ascenso, lanzó una comedia de terror: *Los vampiros los prefieren gorditos* (Sofovich, 1974). Aries había nac-

ido en los '50, y con una infraestructura más modesta comenzó a competir con ASF. Hacia los años '70 adquirió los estudios Baires y produjo películas de humor ligero, basadas en dupla Jorge Porcel-Alberto Olmedo que tuvieron una acogida importante en los países latinoamericanos (Perelman y Selvach, 2004: 18). Tanto *Los vampiros...* como el resto de la serie eran películas que se hacían rápidamente y se estrenaban más rápidamente. En la película aparecían el conde Drácula, Frankenstein y su novia. Sin embargo la taquilla no fue muy generosa con el producto, por lo que Aries decidió volver al seguro terreno de la picaresca (López, 2005b). Después de estas películas, vendría un gran silencio del terror cinematográfico impulsado por el terrorismo de estado que se ocupaba de sembrar un horror real, superador del horror ficcional.

2.2.5. La vuelta a la democracia

Durante los años de la dictadura desaparece el cine de horror. Sin embargo, en 1982 la censura impuesta se relaja, permitiéndose la filmación y exhibición de películas que escapaban a las incentivadas por el gobierno (Maranghello, 2005: 525). Ese año surge un exponente esporádico del terror: *La casa de las siete tumbas* (Stocki, 1982). Pocos son los datos fehacientes acerca de sus génesis y distribución. Fue una película producida por Depa Film S.A. con un elenco reconocido nacionalmente: Soledad Silveyra, María Rosa Gallo, Miguel Ángel Solá y María Leal. Tal como indica Darío Lavia (2008), “tras este intento desfalleciente, el terror desaparece del cine argentino”.

Con la instauración de la democracia, las realizaciones de carácter eminentemente comercial comienzan a ceder espacio a otras propuestas que, sin perder el interés por la taquilla, están más abocadas a

elevant la calidad estética y técnica de las realizaciones. Las empresas más importantes de la época (Aries, ASF y Cinematográfica Victoria) producen películas de bajo costo centradas en el humor ligero y el erotismo de baja intensidad, aunque comienzan a generar productos de interés artístico (Perelman y Selvach, 2004: 19).

Durante los '80, se estrenan cuatro comedias de terror: *Mingo y Aníbal contra los fantasmas* (Carreras, 1985) y *Mingo y Aníbal en la mansión embrujada* (Carreras, 1986) de Cinematográfica Victoria S.R.L.; *Los matamonstruos en la mansión del terror* (Galettini, 1987) de ASF; y *Galería del terror* (Carreras, 1987) de Aries. Con un ambiente de suspenso e intriga parodian éxitos estadounidenses valiéndose de la popularidad de las estrellas cómicas de la época: Juan Carlos Altavista, Juan Carlos Calabró, Alberto Olmedo, Jorge Porcel y los integrantes de la Brigada Z Emilio Disi, Berugo Carámbula, Gino Renzi y Alberto Fernández de Rosa.

El terror en estado puro volvió a las salas recién en 1988 con *Alguien te está mirando* (Cova y Maldonado, 1988), en la que un grupo de estudiantes de medicina son utilizados para probar una nueva droga mientras sueñan, con consecuencias inesperadas y peligrosas, en un claro homenaje a la saga *Pesadilla*. La película era una ópera prima de estudiantes de cine de la Escuela de Arte Cinematográfico de Avellaneda. Durante la vuelta a la democracia la producción operaprimista es el fenómeno más importante en la cinematografía argentina, en el período 1983/93 hubo 71 cintas noveles (Kohen y Fabbro, 1994: 243). Una parte importante de los nuevos realizadores eran egresados de institutos de formación profesional, entre los que se contaban Gustavo Cova y Horacio Maldonado.

Sin embargo, el cine argentino estaba pasando una época de vacas flacas. Escasez de fondos estatales, reducción de inversiones privadas

y disminución continua de la producción empujaron a las otrora productoras estrellas (Aries, ASF y Victoria) a realizar películas de bajo presupuesto apostando a fórmulas que alguna vez fueron exitosas (Perelman y Selvach, 2004). Sin embargo, el fracaso de esos productos incita a un cambio de estrategia: Aries y ASF se concentran en la distribución de películas para el mercado de video hogareño e incursionan en la televisión. Aries, por ejemplo, hará nueve películas *exploitation* con Roger Corman, el rey de la clase B (Falicov, 2004). Entre los títulos directo a video que lanza ASF se cuenta *Charly, días de sangre* (Galettini, 1990), una explotación directa a video de tópicos cinematográficos candentes en la época como Freddy Krueger, las películas de Martes 13, etc. (Lavia, 2008), que fue rodada en formato U-Matic³⁴ durante un fin de semana de primavera en la quinta de uno de los dueños de ASF (Puig, 2010).

Luego de estas breves incursiones, la década del '90 se caracteriza por la desaparición del terror en el cine. En ese momento particular, el estreno en salas cinematográficas de películas argentinas había caído al piso histórico equiparable a los primeros años de producción cinematográfica en la década del '30. En 1993 se estrenaron sólo 10 películas y en 1994 el número fue de 11 y se produjeron 5. En ese momento, apenas el 2% de los espectadores había asistido a alguna de las películas nacionales estrenadas ese año (Perelman y Selvach, 2004).

La sanción de la ley de emergencia económica en 1989, durante la primera presidencia de Carlos Menem, había provocado la suspensión

³⁴El U-matic fue el primer formato de videocasete que se puso a la venta. Fue creado en 1969 y fue el formato televisivo por excelencia hasta 1983. Al momento de la filmación de *Charly, días de sangre* (Galettini, 1990) el formato estaba en desuso desde hacía más de una década.

de las ayudas y subvenciones en el campo de la cultura, incluida la actividad cinematográfica. Las presiones del sector lograron la excepción del cine de los alcances de la ley. Entre 1989 y 1992, los ingresos del INC crecieron un 400% pero los principales beneficiarios fueron las distribuidoras estadounidenses y las más perjudicadas fueron las productoras locales (Getino,

En 1994, se sanciona la ley 24.473 (Poder Legislativo de la República Argentina, 1994/08/19) que aumentó el financiamiento al sector audiovisual y creó el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), sucesor del INC. Entre sus funciones se incluía el fomento de la industria, la gestión de convenios y coproducciones, la regulación de cuotas de pantalla y mercado, la administración del nuevo fondo y la regulación de cuotas de ingreso y distribución de películas extranjeras. El nuevo INCAA se convirtió en un ente todopoderoso que acaparó todas las atribuciones estatales respecto a la industria cinematográfica³⁵.

Aunque el cine comenzó a vivir momentos de mayor producción, el terror no volvió a surgir hasta finales del milenio, cuando surgieron producciones caseras que empiezan a incentivar una producción que se levanta lentamente como los zombis de Romero. A finales de la década de 1990 surgen películas ultra independientes: *El ritual* (Pol-lachi y Del Teso, 1997) y *Plaga zombie* (Páres y Sáez, 1997), seguidas por *Vendado y frío* (Puig, 1998). La más influyente fue sin dudas *Plaga*

³⁵En 1996, una Ley de Emergencia Económica, suspendió la autarquía financiera del INCAA, y parte de la recaudación del fondo de fomento fue dirigida al Tesoro Nacional. Desde entonces y hasta el recupero de la autarquía a finales de 2002, los envíos fueron irregulares por lo que el respeto de la planificación para créditos y subsidios se vio sensiblemente afectada” (Perelman y Selvach, 2004: 22).

zombie, que encendió la mecha de la producción de terror. Filmada por adolescentes de 17 años con un presupuesto de \$ 600³⁶, se convertiría en un clásico que impulsó a otros cineastas a repetir la experiencia. Para muchos es el puntapié inicial de la nueva movida de cine fantástico en la Argentina. “Con esa cinta casera, hecha a pulmón, comenzó todo” (Weimeyer, 2010b). Si esos chicos podían hacerlo, muchos otros también. Examinaremos esta generación con más detalle en el capítulo 378.

2.2.6. *El terror argentino: ¿mito o realidad?*

¿Podemos hablar de un género o sólo de un puñado de películas agrupadas en torno al objetivo de generar miedo? Es una pregunta que pocos teóricos han intentado responder en Argentina. Son escasos los libros publicados o las investigaciones académicas en torno al campo específico del mercado del cine de terror argentino. Argentina ha ignorado casi completamente el concepto de género cinematográfico en sus publicaciones. Atenta a los movimientos generados por los teóricos o críticos se habla de grupos, generaciones u oleadas de cineastas: cine clásico; generación del 60, cine post dictadura, y la segunda ola del nuevo cine argentino. Así lo señalan Moore y Wolkowicz (2005), quienes analizan el género de terror argentino durante las décadas de 1940 y 1950 en un capítulo del libro *Civilización y barbarie en el cine argentino y latinoamericano*: “El género de terror en el cine argentino de la era industrial fue relegado hasta el presente en los estudios

³⁶U\$S 600 por la *alquimia* de la convertibilidad. “Se gastó alrededor de \$ 300 en gastos de producción (colorantes para los maquillajes, malla de catch de John West, cerebros de vaca, plastilina, barbijos para los agentes del FBI y todo lo que se ve en pantalla) y otros \$ 300 en arreglos para la cámara que se rompió más de una vez” (Fuente: <http://www.farsaproducciones.com.ar/Pz/faq.htm#PresupuestoPZ>).

sobre el cine argentino, a diferencia de otros géneros que han sido ampliamente trabajados”. (61)

Del lado de la producción, el género también atraviesa dificultades. Hay una tendencia muy fuerte en Argentina, y en el resto de las cinematografías periféricas, a evitar las marcas genéricas en las películas más personales (Villegas, 2011a: 118). Getino y Schargorodsky (2008) indican que la carencia de un proceso de desarrollo industrial impidió el desarrollo de la categorización por géneros, que sólo floreció en las décadas del '40 y el '50 cuando existía un mercado más consolidado que producía principalmente comedias, melodrama, biografías y reconstrucciones históricas bajo la marca de cine argentino. Pagnoni Berns (2012: 442) señala que los estudios argentinos no mostraban interés en producir este género, “que presentaba dificultades a la hora de mostrar conflictos y horrores de la vida cotidiana de los argentinos, con su consiguiente *suspensión de la incredulidad* y tan difícil de conseguir en países acostumbrados a evidenciar escenas de terror en las calles de Manhattan pero no en pleno Buenos Aires”.

Fundamentalmente, las variables que dividen a la producción nacional en esta caracterización son las de cine industrial versus cine independiente. Los capítulos más gloriosos del cine de terror parecen haberse acabado en las películas de Narciso Ibáñez Menta, quien aparece como el único referente del género en nuestro país. Sólo su figura quedó impresa en los libros de historia del cine argentino. El género ha tenido expresiones esporádicas desde los inicios de la producción local:

A diferencia de otros géneros, el terror no se desarrolló de manera sistemática en la industria cinematográfica argentina. No hay directores que se dediquen exclusivamente a filmar este tipo de

películas (...), no hay un único estudio dedicado a la realización de estos filmes (...). También es difícil encontrar actores o actrices que se identifiquen con el género, salvo Narciso Ibáñez Menta, aunque su mayor incursión no fue en el cine sino en el campo del teatro y la televisión. (Moore y Wolkowicz, 2005: 61)

El horror como género en Argentina parece ser una estrella fugaz, de ésas que pasan fugazmente y no se sabe cuándo volveremos a ver. Hasta finales de la década del '90, la producción cinematográfica de terror en nuestro país apenas llegaba a las 30 películas, tal como se ve en la tabla 8:

AÑO	PELÍCULA	DIRECTOR	PAÍS	PRODUCTORA
1934	<i>El hombre bestia o Las aventuras del Capitán Richard</i>	Camilo Zaccaría Soprani	Argentina	Prince Film
1942	<i>Malambo</i>	Alberto de Zavalía	Argentina	EFA
1942	<i>Fantasma en Buenos Aires</i>	Enrique Santos Discépolo	Argentina	ASF
1942	<i>Una luz en la ventana</i>	Manuel Romero	Argentina	Lumiton
1951	<i>El extraño caso del hombre y la bestia</i>	Mario Soffici	Argentina	ASF
1952	<i>Si muero antes de despertar</i>	Carlos Hugo Christensen	Argentina	San Miguel
1953	<i>El vampiro negro</i>	Román Viñoly Barreto	Argentina	ASF
1954	<i>Maleficio</i>	León Klimovsky, Fernando De Fuentes, Florián Reyes	Argentina/ España/ México	Unión Film
1960	<i>Obras maestras del terror</i>	Enrique Carreras	Argentina	ASF
1965	<i>Extraña invasión</i>	Emilio Vieyra	Argentina	PAA
1967	<i>Placer sangriento</i>	Emilio Vieyra	Argentina	Orestes Trucco
1967	<i>La bestia desnuda</i>	Emilio Vieyra	Argentina	PAA
1968	<i>Sangre de vírgenes</i>	Emilio Vieyra	Argentina	PAA

AÑO	PELÍCULA	DIRECTOR	PAÍS	PRODUCTORA
1968	<i>La ciudad de los cuervos/ La ruleta del diablo</i>	Carlos Cores	Argentina/ EEUU	Torres International Pictures/ Vicente Marcos
1971	<i>La venganza del sexo</i>	Emilio Vieyra	Argentina	PAA
1973	<i>Estigma de terror</i>	Jorge Carlos García	Argentina	MALHEGAR
1974	<i>El inquisidor</i>	Bernardo Aria	Argentina- Perú	Marlo Cin.
1974	<i>El bosque de los condenados</i>	Jorge Carlos García	Argentina	MALHEGAR
1974	<i>Snuff</i>	Michael Findlay, Roberta Findlay, Simon Nuchtern	EEUU	August Films
1975	<i>Allá donde muere el viento</i>	Fernando Siro	Argentina/ EEUU	Torres International Pictures
1975	<i>Seis pasajes al infierno</i>	Fernando Siro	Argentina/ EEUU	Torres International Pictures
1976	<i>La casa de las sombras</i>	Ricardo Wullicher	Argentina/ EEUU	Torres International Pictures
1982	<i>La casa de las siete tumbas</i>	Pedro Stocki	Argentina	Depa Film S.A.
1988	<i>Alguien te está mirando</i>	Gustavo Cova, Horacio Maldonado	Argentina	SAFE Films
1990	<i>Charly - Días de sangre</i>	Carlos Galettini	Argentina	ASF
1997	<i>Plaga zombie</i>	Pablo Parés, Hernán Sáez	Argentina	Farsa producciones
1997	<i>El ritual</i>	Paula Pollachi, Pablo Del Teso	Argentina	Sin datos
1998	<i>Vendado y frío</i>	Alexis Puig	Argentina	Sin datos

Tabla 8. Películas de terror producidas en Argentina. 1930-200.

Fuente: elaboración propia en base a Lavia y Manrupe y Portela .

A estas 28 películas se agregan nueve que sobrevuelan los códigos del terror, aunque lo hacen en forma satírica, tal como muestra la tabla 9:

AÑO	PELÍCULA	DIRECTOR	PAÍS	PRODUCTORA
1951	<i>Fantasma asustados</i>	Carlos Rinaldi	Argentina	AAA
1954	<i>El fantasma de la opereta</i>	Enrique Carreras	Argentina	Cinematográfica General Belgrano
1954	<i>Desalmados en pena</i>	Leo Fleider	Argentina	AAA
1963	<i>Las aventuras del Capitán Piluso en el castillo del terror</i>	Francis Lauric	Argentina	Teruel-Nacson
1974	<i>Los vampiros los prefieren gorditos</i>	Gerardo Sofovich	Argentina	Aries
1985	<i>Mingo y Aníbal contra los fantasmas</i>	Enrique Carreras	Argentina	Cinematográfica Victoria S.R.L.
1986	<i>Mingo y Aníbal en la mansión embrujada</i>	Enrique Carreras	Argentina	Cinematográfica Victoria S.R.L.
1987	<i>Los matamonstruos en la mansión del terror</i>	Carlos Galettini	Argentina	ASF
1987	<i>Galería del terror</i>	Enrique Carreras	Argentina	Aries

Tabla 9. Comedias de terror. 1930-2000

Fuente: elaboración propia en base a Lavia y Manrupe y Portela .

Un total de 36 películas en 70 años muestra un promedio pobre de desarrollo del género en términos cinematográficos. Sin embargo, este carácter esporádico de la producción se extiende al resto de la industria cinematográfica argentina, que no muestra un desarrollo afianzado en toda su producción, como señalan Perelman y Selvach (2004: 32): “La mayoría de los agentes involucrados en el sector, considera que el cine argentino no es una industria, sino más bien una sucesión de proyectos dispares en los que la mayoría tiene una vida de exhibición muy corta e intrascendente”.

Un corpus más consolidado se yergue en la producción del terror a través de varios medios y soportes. Así lo expresa el crítico Darío Lavia:

Dicen que no hay horror en Argentina porque siempre lo analizan desde el punto de vista del cine. No hay terror porque se hace una película cada 10 años. Pero en un panorama más completo hay obras de género en televisión, teatro y radio que hablan de la existencia de un género. (Lavia, 2011)

Los temas y estrellas del terror nacional han pasado por las diferentes industrias culturales³⁷ donde se pasean en muchos casos los mismos éxitos y adaptaciones. El caso más paradigmático es el de Narciso Ibáñez Menta, el rey indiscutible del horror argentino: “Narciso Ibáñez Menta fue, durante muchos años, el dueño del terror, el protagonista de horas interminables de suspenso, de misterio y de ese miedo grande o pequeño que todos teníamos cuando nos sentábamos a ver una de sus creaciones”. (Martínez, 2004)

Narciso Ibáñez Menta fue un actor español cuya omnipresencia en películas nacionales del género lo convirtió en la expresión misma del terror argentino, pese a que una mínima parte de su filmografía tiene que ver con el terror. Sus inicios fueron en el teatro y protagonizaría radioteatros y películas del género (además de incursiones en otro tipo de producciones). Sin embargo, “el cine argentino no llegó a aprovechar el gusto de Ibáñez Menta por lo siniestro y lo escabroso” (Curubeto, 2003: 169). La pregnancia de su figura se daría por sus ciclos televisivos como *Obras maestras del terror* (1959-1960) y *El hombre que volvió de la muerte* (1969). Su prevalencia se puede apreciar en la Tabla 10 que describe ciclos televisivos, obras de teatro y películas en las que intervino en Argentina.

³⁷Aunque el teatro no es considerado una industria cultural dentro de la acepción clásica del término, se analizan las obras por este medio porque constituyen un corpus consolidado.

AÑO	NOMBRE	MEDIO
1933	<i>El hombre y la bestia</i> (Teatro Apolo)	Teatro
1934	<i>El fantasma de la ópera</i> (Teatro Fémimas)	Teatro
1934	<i>El jorobado de Notre Dame</i> (Teatro Fémimas)	Teatro
1941	<i>Arsénico y encaje antiguo</i> (Teatro Ateneo)	Teatro
1941	<i>Fausto</i> (Luna Park)	Teatro
1942	<i>Una luz en la ventana</i> (Romero, 1942)	Cine
1952	<i>El hombre que ríe</i> (Radio El Mundo)	Radio
1958	<i>Malditos por la historia</i> (Canal 7)	Televisión
1959	<i>Obras maestras del terror 1</i> (Canal 7)	Televisión
1960	<i>Obras maestras del terror 2</i> (Canal 9)	Televisión
1960	<i>Obras maestras del terror</i> (Carreras, 1960)	Cine
1962	<i>Obras maestras del terror 3</i> (Canal 7)	Televisión
1969	<i>El hombre que volvió de la muerte</i> (Canal 9)	Televisión
1969	<i>Un pacto con los brujos</i> (Canal 9)	Televisión
1970	<i>Otra vez Drácula</i> (Canal 9)	Televisión
1974	<i>Narciso Ibáñez Serrador presenta a Narciso Ibáñez Menta</i> (Canal 9)	Televisión
1979	<i>Hay que Matar a Drácula</i> (Canal 13)	Televisión
1979	<i>Mañana puedo morir</i> (Canal 13)	Televisión
1985	<i>El pulpo negro</i> (Canal 9)	Televisión
1985	<i>Buenas noche con miedo</i>	Televisión

Tabla 10. Narciso Ibáñez Menta en el terror argentino: cine, radio, teatro y televisión.

Fuente: elaboración propia en base a Lavia (2008, 2010).

Otra figura menos reconocida es la de Nathán Pinzón, actor argentino que trabajó en más de 70 películas y que “terminó siendo recordado como *el Boris Karloff criollo*” (Curubeto, 1996: 293). Sus roles fueron principalmente secundarios aunque saltó a la fama con uno de sus pocos protagónicos en *El vampiro negro* (Viñoly Barreto, 1953) que si bien no era de terror puro lo marcó como un intérprete espe-

cializado en el género. “Muchos lo recuerdan exclusivamente por sus jocosas interpretaciones siniestras de filmes de terror en el ciclo televisivo *Viaje a lo inesperado*” (Curubeto, 1996: 295). Finalmente, Emilio Vieyra ha sido un director reconocido posteriormente como uno de las figuras del terror por sus cinco películas de sangre y sexo (Para más detalles ver el punto 2.2.3).

Otra constante han sido las adaptaciones de la literatura universal en una producción nacional que casi no ha abordado los miedos autóctonos. Las adaptaciones de *El extraño caso del doctor Jekyll y el señor Hyde* (1886), de Stevenson, han pasado por la radio, el cine, el teatro y la televisión. Lo mismo ha sucedido con otros libros o temas reconocidos, como *El fantasma de la ópera*, el hombre de la bolsa, los cuentos de Edgar Allan Poe, etc. Las modas hacían cambiar los temas, como la *Draculomanía* de finales de los '70. Varias puestas en escena tuvieron al personaje creado por Bram Stoker como protagonista: *El conde Drácula* (1978, Teatro Lola Membrives); *Drácula* (1979, Teatro Odeón); a las que se agregan dos sátiras como *Es-conde el Draculín* (1979, Teatro Astros) y *Draculovich* (1979, Teatro Embassy) (Lavia, 2012). La televisión no se queda atrás con la movida, transmitiendo *La gran noche del espectáculo: En serio... no tan en serio*, con el episodio *El señor Drácula* (1979, Canal 7); *Un viaje a lo inesperado: Hay que matar a Drácula* (1979, Canal 13), a los que se suman versiones anteriores y posteriores a este período (Lavia, 2012).

El cine de terror argentino no ha tenido una tradición afianzada y su producción ha sido escasa. Sin embargo, la observación del horror como una categoría que se ha desplazado de una industria cultural a otra revela un panorama distinto: prácticamente no se registran períodos en los que no se hayan generado contenidos de terror, tal como se ve en la Tabla 11:

AÑO	CINE	RADIO	TEATRO	TELEVISIÓN
1930		<i>Las aventuras de Carlos Norton</i>		
1933			<i>El hombre y la bestia</i> (Teatro Apolo)	
1934	<i>El hombre bestia o las aventuras del Capitán Richard</i> (Zaccaría Soprani)		<i>El jorobado de Notre Dame</i>	
			<i>El fantasma de la ópera</i> (Teatro Fémimas)	
1941			<i>Arsénico y encaje antiguo</i>	
			<i>Fausto</i> (Luna Park)	
1942	<i>Malambo</i> (De Zavalía)			
	<i>Fantasmas en Buenos Aires</i> (Santos Discépolo)			
	<i>Una luz en la ventana</i> (Romero)			
1943	<i>La piel de zapa</i> (Bayón Herrera)			
1944		<i>El fantasma de la ópera</i> (Radio El Mundo)		
1945	<i>La casa está vacía</i> (Schlieper)			
1946	<i>La dama de la muerte</i> (Christensen)			
1947	<i>El misterioso tío Silas</i> (Schlieper)		<i>Drácula</i>	
1948	<i>La muerte camina en la lluvia</i> (Christensen)			

AÑO	CINE	RADIO	TEATRO	TELEVISIÓN
1951	<i>Fantasma asustados</i> (Rinaldi)			
	<i>El extraño caso del hombre y la bestia</i> (Soffici)			
1952	<i>Si muero antes de despertar</i> (Christensen)			
	<i>El gaucho y el diablo</i> (Remani)	<i>El hombre que ríe</i> (Radio El Mundo)		
1953	<i>El vampiro negro</i> (Viñoly Barreto)			
1954	<i>El fantasma de la opereta</i> (Carreras)			
	<i>Desalmados en pena</i> (Fleider)			
	<i>Maleficio</i> (Klimovsky, Fuentes, y Rey)			
1955		<i>El fantasma de Canterville</i>		
1957		<i>El jorobado de Notre Dame</i> (Splendid)		
1958				<i>Malditos por la historia</i> (Canal 7) Episodios: "El hombre y la bestia", "El cuervo", entre otros.
1959				<i>Obras maestras del terror 1</i> (Canal 7)
1960	<i>Obras maestras del terror</i> (Carreras)			<i>Obras maestras del terror 2</i> (Canal 9)
1961				<i>Más allá del miedo</i> (Canal 7)

AÑO	CINE	RADIO	TEATRO	TELEVISIÓN
1962				<i>Obras maestras del terror 3</i> (Canal 7)
1963	<i>Las aventuras del Capitán Pílusos en el castillo del terror</i> (Lauric)			
1965	<i>Placer sangriento</i> (Vieyra)			
	<i>Extraña invasión</i> (Vieyra)			
1966	<i>La venganza del sexo</i> (Vieyra)			
1967	<i>La bestia desnuda</i> (Vieyra)			
	<i>Sangre de vírgenes</i> (Vieyra)			
1968	<i>La ciudad de los cuervos</i> (Cores)			
1969				<i>El hombre que volvió de la muerte</i> (Canal 9)
				<i>Ciclo Myriam de Urquijo</i> (Canal 9)
				<i>Narciso Ibáñez Menta presenta</i> (Canal 9)
1970				<i>Narciso Ibáñez Menta presenta</i> (Canal 9)
				<i>Esta noche... miedo</i> (Canal 11)
				<i>Historias para no creer</i> (Canal 11)
1971				<i>Narciso Ibáñez Menta presenta</i> (Canal 9)

AÑO	CINE	RADIO	TEATRO	TELEVISIÓN
1973	<i>Estigma de terror</i> (García)			<i>El Barón de Brankovn "El Exterminador"/ El muñeco maldito</i> (Canal 9)
1974	<i>El inquisidor</i> (Arias)			<i>Chicho Serrador presenta a Narciso Ibáñez Menta</i> (Canal 11)
	<i>Los vampiros los prefieren gorditos</i> (Sofovich)			<i>Ciclo de Narciso Ibáñez Menta. Grandes obras de la literatura universal</i> (Canal 9)
	<i>El bosque de los condenados</i> (García)			
	<i>Snuff</i> (Findlay et al.)			
1975	<i>Allá donde muere el viento</i> (Siro)			
	<i>Seis pasajes al infierno</i> (Siro)			
1976	<i>La casa de las sombras</i> (Wullicher)			
1978			<i>Esta noche, Drácula</i> (Teatro de la Piedad)	
1979			<i>El conde Drácula</i> (Teatro Lola Membrives)	<i>Hay que Matar a Drácula</i> (Canal 13)
			<i>Drácula</i>	<i>Mañana puedo morir</i> (Canal 13)
			<i>Es-conde el Draculín</i> (Teatro Astros)	
			<i>Draculovich</i> (Teatro Embassy)	
			<i>El señor Drácula</i> (Canal 13)	

AÑO	CINE	RADIO	TEATRO	TELEVISIÓN
1982	<i>La casa de las siete tumbas</i> (Stocki)			
1985	<i>Mingo y Aníbal contra los fantasmas</i> (Carreras)			<i>El pulpo negro</i> (Canal 9)
				<i>Momento de incertidumbre</i> (Canal 13)
				<i>Buenas noche con miedo</i> (Canal 9)
1986	<i>Mingo y Aníbal en la mansión embrujada</i> (Carreras)			
1987	<i>Los matamonstruos en la mansión del terror</i> (Galettini)			
	<i>Galería del terror</i> (Carreras)			
1988	<i>Alguien te está mirando</i> (Cova y Maldonado)			
1990	<i>Charly-Días de sangre</i> (Galettini)			
1991			<i>Drácula</i> (Luna Park)	
1997	<i>Plaga zombie</i> (Páres y Sáez)			<i>El garante</i> (Canal 9)
	<i>El ritual</i> (Pollachi y Del Teso)			
1998	<i>Vendado y frío</i> (Puig, 1998)			<i>La condena de Gabriel Doyle</i> (Canal 9)
1999				<i>Drácula</i> (Canal 2)
				<i>Por el nombre de Dios</i> (Canal 13)

Tabla 11. Género del terror en Argentina: cine, radio, teatro y TV (1930-1999)

Fuente: elaboración propia en base a Lavia (2008,2010).

2.3. Consideraciones finales del capítulo

Los códigos del terror están enraizados en las leyendas anglosajonas que nutrieron las vertientes más famosas y hegemónicas del género en todas sus formas. Argentina se ha alimentado sistemáticamente de esos monstruos importados, a pesar de poseer un rico acervo de seres mitológicos, principalmente en sus provincias mediterráneas. Sin embargo, la producción canónica, ubicada principalmente en la capital del país, ha mirado hacia culturas distantes a miles de kilómetros más que a ese folclore.

Los orígenes de tal negación tienen que ver con la vocación cosmopolita de las producciones culturales argentinas desde fines del siglo XIX. Buenos Aires ha sido una ciudad receptora de uno de los flujos inmigratorios más cuantiosos de la historia mundial (comparable sólo con la experimentada por EEUU). La crisis de la identidad nacional en constante mutación generó una cultura que ha tenido una relación esquizofrénica con sus influencias europeas: vapuleada en los albores del siglo pasado y admirada unas décadas después (cuando el cine industrial daba sus primeros pasos). La industria cultural más antigua (los libros) ha tenido muy pocos exponentes que lleguen a registros puros del terror. Su carácter catártico y la imposibilidad de abordar el género llevan a pensar en una cultura *contracturada* que exorciza sus demonios sólo en el diván del psicólogo.

El cine ha generado también escasos productos de terror en varias formas de producción: industrial, independiente y *exploitation* dirigido al mercado internacional y coproducciones. La industria cinematográfica argentina es un clásico exponente del destino brillante que avizoraba nuestro país y que no pudo ser: líder en el mercado de cine en castellano de los '30 y '40 y agonizante en las décadas posteriores, como la misma nación.

El cine de terror ha tenido sólo 28 productos de género puro y 37 en una definición más amplia, lo cual hace un promedio pobre, de sólo cuatro películas por década desde 1930 a 1999. Sin embargo, el horror ha encontrado un desarrollo más pleno en el conjunto de las industrias culturales nacionales: cine, teatro, radio y televisión. Las temáticas y las figuras del género se han movido de una a otra, protagonizando en algunos casos los mismos éxitos en varios soportes. Ese enfoque más global muestra que el horror ha estado presente en casi todos los momentos de la historia argentina, con un total de 90 producciones.

En el próximo capítulo analizaremos las condiciones y la génesis de producción de un terror cinematográfico que en sólo una década superó ampliamente los números históricos de toda la historia del cine argentino: casi 100 largometrajes desde 2000 a 2010.

| CAPÍTULO 3 |

Producción de terror en Argentina

A partir de la década de 2000, una nueva generación comenzó a filmar imágenes de terror en nuestro país. Con herramientas rústicas (cámaras caseras y filmación en VHS hasta que llegó el digital) se convirtieron en los “guerreros del cine”, como los denomina Matías Raña (2010). Lo que se inició como un juego entre amigos era la necesidad de ver plasmada en las pantallas las historias de terror con las que crecieron, pero localizadas en nuestras pampas. Así comenzó una tímida producción que nació en los márgenes de la industria y llegó casi a los 100 largometrajes. En el camino edificó las bases para un circuito cinematográfico propio: exhibición a través del BARS y distribución a través de VideoFlims y SRN Distribution. Y obtuvo lo que todo el mundo consideraba imposible: el horror argentino comienza a obtener subsidios del INCAA y a estrenarse en salas comerciales. En este capítulo, analizaremos las condiciones que generaron la producción de terror argentino y sus tipos de producción.

3.1. El germen del miedo argentino

Los realizadores de terror que comenzaron a filmar en el nuevo milenio son, en el 90% de los casos, jóvenes de 30 y pico que vivieron

su infancia y adolescencia durante los '80 y los '90. Son la generación post-dictadura que no vivió los años de hierro, pero sí los juicios a las juntas militares de gobierno y el campeonato mundial de fútbol de 1986. El surgimiento de los cineastas de terror argentino del nuevo milenio se dio fundamentalmente por tres factores: una explosión de material extranjero de terror que circuló a finales de los '80 y principios de los '90; una alta profesionalización de los recursos humanos cinematográficos; y las nuevas tecnologías digitales. Asimismo, la producción de terror se vio favorecida por circuitos de exhibición y distribución de culto, donde circulan los materiales que no tienen salida comercial. Observaremos estos dos estadios más detalladamente en los capítulos 4 y 5.

3.1.1. Influencias bizarras y de terror: películas de culto, videoclubs y proyecciones en Argentina

Tal como hemos visto en el capítulo 2, el desarrollo del horror autóctono ha estado siempre ligado a las temáticas anglosajonas. Es una inoculación foránea que se alimenta de imágenes externas a nuestro territorio (Vallina, 2011). La exhibición de estos productos ha sido una excepción a la regla hasta la llegada del mercado de video hogareño. Antes de 1976, la traslación de las producciones y los temores anglosajones estuvieron incentivados por ciclos y grupos de fanáticos que hicieron culto al terror. Uno de ellos fue el Bela Lugosi Club que a comienzos de los '70 proyectaba películas de terror (principalmente de la Hammer y de productoras estadounidenses). Formada por periodistas y cinéfilos como Moira Soto, Agustín Mahieu, Edgardo Cozarsinsky y Carlos Frugone, sus funciones se hacían en los microcines de las distribuidoras (Scherer, 1997).

Sin embargo, hacia finales de los '80 surgió un movimiento subterráneo que engloba al terror y que se suscribió bajo la definición de bizarro. Un concepto escurridizo que parece abarcar un amplio terreno. Según la definición de Diego Curubeto en su libro *Cine bizarro* (1996), el término tiene una acepción diferente en Argentina por la dificultad de traducir un término anglosajón más pertinente (*weird* que significa misterioso, extraño, sobrenatural):

Al menos en la Argentina, hoy prácticamente nadie usa la palabra bizarro en la acepción que le dan los diccionarios³⁸. En cambio, ya hay varias generaciones que aplican el término a algo sumamente raro, ya sea de la cultura o de la vida real. (Curubeto, 1996: 15)

Lo bizarro comenzó a circular a finales de los '80 en ciclos especiales, series televisivas y festivales. El primero en utilizar el término fue Fabio Manes, quien presentaba películas de terror y *gore*³⁹ en el Club de Cine con el nombre “Medianoches bizarras”:

“El primero que hice fue *Televisión fantástica y superhéroes japoneses* en el Museo de Bellas Artes en 1987”, recuerda. Más tarde llegaría Medianoches bizarras en el Club de Cine. “Ya de por sí el lugar era bastante bizarro”, comenta Manes haciendo referencia al subsuelo de la galería de Corrientes al 1200, donde funcionaba el cineclub. Tan particular era el sitio que al poco tiempo apareció el video

³⁸Valiente, esplendoroso, generoso, lúcido” según la definición de la Real Academia Española.

³⁹El *gore* o *splatter* se caracteriza por el uso excesivo de violencia, sangre y cuerpos mutilados. Además, este tipo de películas son filmadas por cineastas independientes, con bajo presupuesto y tienen una distintiva falta de suspenso porque el acento no está en retener la acción (ya que siempre es revelada al espectador) sino en shockear a través de un festín de sangre y tripas (Wichlacz, 1997).

club Mondo macabro-video bizarro. En cuanto al público, Manes dice “era lo más divertido, iban desde adolescentes hasta jubilados; de travestis a punks”. (Scherer, 1997)

El terror, el *gore* y lo bizarro comienzan a alimentar más ciclos de proyecciones, como Cine Club Nocturna de Christian Aguirre, Cine Club La Cripta de Boris Caligari, Peter Pank y Julio Martínez, entre otros (Lavia, 2008). A estos espacios se suman Fantabaires, una convención de historietas, ciencia ficción, terror, humor gráfico, videojuegos y animación, y el Festival Cinencuadre de Mar del Plata que mostraba cine y video de terror, fantástico, ciencia ficción y clase B. Peter Pank, uno de los organizadores de Cine Club La Cripta, rememora los inicios del ciclo:

“El Cineclub La Cripta nació casi por accidente en 1998. En una función le propusimos a Julio (Martínez) hacer un ciclo sobre horror gótico de la Hammer de los ‘60 y ‘70 y escribir unos programas informativos, con texto, fichas técnicas y fotos de esos filmes. Tuviron tanto éxito que empezamos a ampliar la temática y pasar toda clase de películas fantásticas. Creo que formamos parte del caldo de cultivo de esa época, ya que muchos chicos que estudiaban cine y querían hacer ese tipo de cine venían a verlo a La Cripta, se conocían y relacionaban entre ellos. Hasta llegamos a hacer ciclos de terror argentino donde pasábamos los cortos de nuestros fieles habitués. Era otra época donde el material no era tan fácil de conseguir ni de bajar por la web”. (Pank, 2011)

Otra de las cuevas que avivó el fuego del terror y lo bizarro fue Mondo Macabro, un videoclub especializado en cine fantástico y *exploitation* que estaba ubicado en Corrientes al 1200. Cerró sus puertas en enero de 2011 sumándose al retroceso que viene experimentado

el mercado de video hogareño. Su dueño, Uriel Barros, fue testigo del ascenso de una movida que necesitaba alimentarse de materiales inéditos en nuestro país y en 1997 comentaba lo siguiente:

“El público en los últimos dos años ha aumentado más de lo previsto (...). Esto tiene que ver con la moda, es pasajero. (...) Por un lado están los adolescentes, que buscan películas de terror, ciencia ficción o series como *Los expedientes secretos X*. Los de 25 para arriba se vuelcan a títulos que están relacionados con la nostalgia; filmes que vieron de chicos en *Sábados de super acción* o series como *El avispón verde* o *Los vengadores*. Después está el que sólo busca curiosidades o al que le interesan películas de sexo y violencia”. (Barros citado en Scherer, 1997)

Sábados de super acción, programa de las tardes de canal 11, se transmitió desde 1961 hasta 1993 y tuvo una influencia decisiva que casi todos los directores de cine de terror argentino destacan en las entrevistas realizadas para esta investigación. El ciclo duró más de 20 años y nutrió y formó a varias generaciones con cintas internacionales de género. Fernando Martín Peña, uno de los críticos de cine más importantes de nuestro país y coautor del libro *Sábados de super acción: cine clásico y de culto en la Argentina* (Curubeto y Peña, 2001), señala la relevancia de la programación al exhibir material que era inconseguible en la época:

“Para nosotros la televisión fue la excusa perfecta para ver una buena cantidad de películas que de otra manera hubiera sido imposible observar (...). De hecho, hay muchas que no las volvimos a ver. ¿Dónde ibas a poder ver películas como *La mujer pantera*, de Jacques Tourneur y la mismísima *Konga*, con Michael Gough, en la misma tarde?”. (Peña citado en Scherer, 2001)

Otros ciclos menos memorables fueron *Viaje a lo inesperado* (presentado por Narciso Ibáñez Menta y Nathán Pinzón), *Cine Z. Cine berreta* en I-SAT y los conducidos por Axel Kuschevatzky: *Cine bizarro* (CV 5) y *Terrormania* (Telefé). También se destacaron adaptaciones nacionales del género como *Historias de terror* de Canal 7, dirigido por Alexis Puig (2004); *Sangre fría* (2004, Telefé), y la *remake* de *El hombre que volvió de la muerte* (2007, Canal 13).

3.1.2. Las escuelas de cine: formando a los nuevos Frankenstein

Antes de la década del '50, el cine era una profesión de aprendizaje práctico: los que recién comenzaban se integraban a los estudios e ingresaban en los puestos menos calificados, donde se iban entrenando con los cineastas más experimentados y así iban subiendo en la escala laboral. Sin embargo, la caída del sistema industrial y de los contratos anuales y las colaboraciones estables generó la necesidad de otro sistema de aprendizaje (Goity, 1994: 299).

Las primeras carreras de cine surgieron en nuestro país en los años '70, pero eclosionaron a finales de los '80 y durante la década del '90, lo cual ha convertido a Argentina, y más particularmente a la ciudad de Buenos Aires, en una de las áreas del planeta con mayor densidad de población de estudiantes de cine (Di Tella, 2008: 249-250). Se calcula que en el año 2010 había 16.000 alumnos cursando, lo cual ha llevado a docentes como Eduardo Russo a declarar que una de cada cuatro personas que estudia cine en el mundo es argentina (La Gaceta, 2010). Se trata de un fenómeno que causa sorpresa incluso en países del exterior, lo cual también ha aumentado la matrícula de estudiantes extranjeros:

“Todo esto colocó a la Argentina en un escenario internacional de una manera inédita, como lugar deseable. De todas maneras, esa cifra no es compatible con el estado de la presunta industria audiovisual argentina. (...) Creemos que lo que está pasando con nuestros 16.000 estudiantes tiene que ver con que están, tal vez sin pensarlo, empezando a vivir una forma de contacto con lo audiovisual que está generando casi una explosión de nuevos medios; y se abre la posibilidad de que las artes audiovisuales empiecen a ocupar ciertas zonas que ya no obedecen tanto al panorama de los grandes medios masivos del siglo XX; que van a subsistir seguramente, pero fusionados con los nuevos medios”. (Russo citado en La Gaceta, 2010).

Los directores de cine de terror argentino, con escasas excepciones, se formaron en las nuevas escuelas y carreras de cine, por lo cual están calificados para trabajar en la industria. Sin embargo, surgieron como *bichos raros* en un contexto en el cual los docentes y las asignaturas instauraron al cine de autor extranjero y al nuevo cine argentino (NCA) como modo estético dominante, definido como una contraposición al cine de género:

“Un denominador común a casi todos ellos (del NCA) fue la tematización de una cotidianeidad desgarrada y una sociedad devastada; y por otro lado, el aprovechamiento de los recursos cinematográficos, con una recuperación característica de cierto cine contemporáneo, en forma más deliberada o inconsciente, de elementos de una tradición cinematográfica modernista propia de la pasada generación de los años '50 o '70”. (Amatriain, 2009: 21)

Para este cine de autor, los géneros son una antítesis de su manifiesto por lo que el gusto por la sangre y el miedo de los cineastas

nacionales provocaba miradas despreciativas. Así lo reseña Daniel de la Vega, director de *Death knows your name* (2007):

“Egresé del ENERC⁴⁰ en 1996. En ese momento querer filmar terror era algo raro. Hace poco volví como docente y noté que los pibes tienen otra cabeza porque el mundo ha cambiado. Pero en mis épocas de estudiante yo era el bicho raro porque estaba rodeado de fanáticos de Tarkovsky, Scorsese o Fellini y a mí me gustaban las películas de terror. Me sentía invisible, era otro universo. No había diversidad. Hoy hay tanta variedad que es genial. Mi inquietud por ese tipo de cine era muy solitaria”. (De la Vega, 2011)

La gestación de este *boom* de enseñanza cinematográfica dará las herramientas teóricas y prácticas para los cineastas de género. Así como una desviación de la ciencia permitió a Viktor Frankenstein crear su monstruo, este nuevo contexto les permitirá dar a luz a sus fantasías cinematográficas sobrenaturales. Uno de los factores fundamentales en el nacimiento de la enseñanza cinematográfica fue la irrupción de nuevas tecnologías que permitieron -por su bajo costo y flexibilidad en el manejo- un fácil equipamiento y una mayor práctica fílmica de los alumnos (Amatriain, 2009: 113). En el próximo punto analizaremos la implicancia del nuevo paradigma tecnológico.

3.1.3. Los nuevos cambios tecnológicos: monstruos en la computadora de casa

Cuando los integrantes de Farsa Producciones filmaron su primer corto a los 17 años, lo hicieron con su cámara casera y sangre hecha en la pileta de una casa, tal como ellos mismos declararon:

⁴⁰Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica dependiente del INCAA.

“Farsa Producciones es el resultado de que a algunos inconscientes se les ocurra lanzar al mercado unas cámaras muy prácticas de un formato de video hogareño ya extinto que se llamó VHS. Esas cámaras llegaron a la Argentina a fines de los años ‘80 y una en particular llegó a nuestras manos poco tiempo después. Poder grabar y ver los resultados al instante despertó en dos nenes de 11 años la llama por hacer cine. Se llamaban Hernán Sáez y Pablo Parés y se habían conocido en una guardería, a los 2 años de edad. Y parece que la llama que despertó el VHS fue bastante fuerte, porque pasaron 20 años y los mismos nenes, más muchos otros que se fueron sumando con los años, siguen haciendo cortos y películas de la misma forma y con las mismas temáticas que cuando empezaron”. (Farsa producciones, s/f).

El VHS que llegó a Argentina en la década del ‘80 abrió un nuevo mercado de comercialización (como se explora en el capítulo 1) y posibilidades de experimentación para los directores. Sin embargo, la baja calidad de grabación de este formato limitó su desarrollo como forma de producción, dejándolo circunscripto a las grabaciones caseras o familiares hasta que llegó el soporte digital (Getino, 2008: 351).

La convergencia tecnológica, las cámaras digitales económicas, la posibilidad de procesar y editar las imágenes en computadoras hogareñas permitieron a los directores noveles realizar sus películas de manera independiente. Las nuevas tecnologías aplicadas al terror, siempre asociado con el bajo presupuesto, permitieron a cineastas de todas las latitudes, incluidos los argentinos, producir y comercializar sus películas:

“Hace no más de cinco años, las realizaciones argentinas hechas en VHS —lo más básico— quedaban mal paradas frente a los produc-

tos europeos o estadounidenses. Hoy, si bien los recursos son bajos, el formato digital puso en carrera a los locales y permitió que el ahogado circuito argentino pudiera fluir hacia fuera, con un éxito considerable". (Yannoulas, 2006).

Habitaciones para turistas (García Bogliano, 2004) fue uno de los primeros éxitos internacionales de película argentina de horror ultra-independiente rodada en digital, que alcanzó la distribución internacional. Sin embargo, para esa fecha casi todas las producciones en el país se estaban rodando de manera digital. Una de las excepciones fue la filmación hecha por Daniel de La Vega y Pablo Parés, *Jennifer's shadow* (2004), financiada por una productora estadounidense y filmada con cámaras Panavision⁴¹.

No obstante, uno de los requisitos de proyección en las salas comerciales y de financiamiento del INCAA es la exhibición en fílmico. Aunque el INCAA ya ha planificado la digitalización de las salas, lo cierto es que el pase de digital a fílmico es muy oneroso (Perelman y Selvach, 2004). En 2004, el costo era de U\$S 30.000 para una película con una duración de 90 minutos (Perelman y Selvach, 2004). Y para la mayoría de las producciones de terror, cuyo presupuesto total apenas alcanza en algunos casos el 10% de esa cifra, es una misión imposible.

Sin embargo, Internet -sumado a los circuitos de exhibición y distribución y la generación de comunidades locales de fanáticos- impulsó el conocimiento de un fenómeno que en otras décadas hubiera sido ignorado. Además, hacia finales de la década de 2000, las posibilidades

⁴¹Panavision es una marca de cámaras utilizadas mayormente por la industria hollywoodense que tienen un alto costo. Como ejemplo, la película *Una tormenta perfecta* (Peter- sen, 2000) fue filmada con esta cámara.

de la producción, distribución y comercialización digital comenzaron a borrar los límites entre los proyectos *amateur* y los industriales o profesionales (Ryan y Hearn, 2010):

"Hoy en día todos pueden acceder a una cámara de vídeo, aprender a usarla y encontrar alguna vía de exhibición. El cine de género no podía mantenerse alejado de este fenómeno, sobre todo si se tiene en cuenta la ciega pasión que caracteriza a los fanáticos del terror y la ciencia ficción". (Conde y Merida, 2008: 14).

3.2. Zombis, vampiros y asesinos argentinos: modos de producción

"¡Está vivo! ¡Está vivo! No sé trata de un *alien* ni de un vampiro que revive en la pantalla, sino del género fantástico y de terror que se abre paso al andar. (...) El terror vive en Buenos Aires". (Scherer, 1998)

Algo está sucediendo. Y ese algo salpica sangre en la pantalla: en la última década se filmaron casi 100 películas de terror en Argentina. Lo cual supera ampliamente la marca de 36 largometrajes realizados en 70 años de la historia del cine argentino. Es un índice innegable que muestra el interés por filmar y un mercado en crecimiento.

La existencia de un movimiento en ascenso ha generado varias denominaciones: una de las más populares ha sido *HorrAr* (suma de horror+Argentina), un concepto introducido por críticas estadounidenses de *Variety* y *Fangoria* (Newbery, 2008). Otra designación de periodistas del país del norte ha sido *A-horror*, en obvia alusión al *J-horror* (que engloba al terror japonés). En Argentina, este grupo de directores ha sido calificado de varias maneras: terror criollo (Rosario Cine, 2009), terror argento o terror *indie* argento (Russo, 2009), terror argentino (Damore, 2012; López Iscafre, 2011; Lavia, 2008; Di Cicco), nuevo cine in-

dependiente (Panessi, 2010c) Las principales productoras especializadas en el género son: Farsa Producciones, Pauraflics, Furiafilms, Fomento Producciones, Mutazion Producciones, Sarna Producciones, Malevo Films, CYK Films, Findling producciones, Druida Films, Gorevisión y Videottomía. Algunas también realizan proyectos no vinculados con el terror [Farsa Producciones, por ejemplo, dirigió y escribió *100% lucha, el amo de los clones* (Páres y Soria, 2009) a pedido de ADART Producciones], lo cual les permite sostener económicamente la empresa y financiar películas propias. También existen empresas conexas a la producción, como Rabbid FX y Monsterlatex (efectos especiales y maquillaje).

La mayoría de los directores han aplicado todo tipo de recursos para poder filmar. “Para hacer una película necesitás plata o tiempo, y nosotros siempre usamos la segunda opción. Fue como construir un túnel debajo del océano... pero con una cucharita” (Milsztjan, 2007: 26), señala Pablo Parés, recordando la filmación de *Plaga zombie* (1997), la película que encendió la mecha. Tiempo y creatividad fue lo que aplicó Parés junto a sus amigos del barrio, un grupo de adolescentes de 17 años que luego fundarían Farsa Producciones, para hacer esta película de muertos vivos. Y no pararon ahí sino que encontraron una manera creativa para poder pagar las copias de *Plaga zombie* y hacer publicidad gratis: inventaron un caso para ir al programa de televisión *Forum* y así consiguieron que pasen un fragmento de la película y que hablen durante 20 minutos de ella en Canal 13. Lo que comenzó como un pasatiempo se comercializaría, unos años después, en Argentina, España, Alemania y Estados Unidos.

Otro pionero fue Daniel De la Vega, dueño de Furia Films. Luego de filmar algunos cortos del género saltó a la fama cuando escribió y dirigió -junto a Pablo Parés- *Jennifer's shadow* (2004), que tuvo a Faye

Dunaway como protagonista. Y desde entonces, filmó principalmente en inglés y, en general, para el mercado de DVD de Estados Unidos. En el año 2012, presentó una comedia negra financiado por el INCAA (*Hermanos de sangre*) que se estrenó en 2013⁴².

Por último, la santísima trinidad del terror argentino se completa con los hermanos García Bogliano, integrantes de la platense Pauraflics. Luego de hacer varios cortos, filmaron su primera película *Habitaciones para turistas* (2004). Pauraflics logró generar una de las productoras más consolidadas en el género, aliándose con importantes empresas como Pampa Films [para la producción de *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b)] o Cinemagroup para *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012)], ambas financiadas por el INCAA y el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) de España.

Además de estos tres casos, una docena de realizadores conforman la galaxia del terror nacional integrando empresas de producción independiente y circunstancial. Las orillas de la producción industrial se han ensanchado tanto que han ganado casi todo el terreno a las arenas independientes. Y las playas del terror, las más alejadas del centro turístico, no sólo quedan fuera del mercado sino también de lo único que está sosteniendo al cine nacional: las subvenciones del INCAA⁴³. Recién en 2008, *Visitante de invierno* (Esquenazi), y posteriormente dos proyectos de Pauraflics [*Sudor frío* (2011b) y *Penumbra* (2012)] y *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) obtuvieron créditos del instituto (a los que

⁴²Al momento de la edición de este libro, Daniel de la Vega también obtuvo declaración de interés del INCAA para filmar su proyecto de terror denominado “Necrofobia”.

⁴³El 90% de las películas argentinas estrenadas en salas son financiadas por el INCAA (Perelman y Selvach, 2004: 107).

se suman otras películas en rodaje o posproducción). Asimismo, tres películas obtuvieron premios por ópera prima o película digital del INCAA [*Todos mis muertos de Mad Crampi* (2012), *La memoria del muerto de Javier Diment* (2011b) y *Malditos sean!* (Rugna y Forte, 2011)].

Uno de los fogoneros de este cine fue el crítico Diego Curubeto, quien publicó varios libros y artículos periodísticos sobre la nueva movida del cine de terror argentino. En su libro *Cine bizarro* explora el *exploitation* argentino (1996), mencionando figuras pioneras como Narciso Ibáñez Menta o Nathán Pinzón y reflatando aquellas que estaban olvidadas, como Emilio Vieyra. Su capítulo en el libro *Mondo Macabro* (Tombs, 2003) realiza el mismo camino. Fue también uno de los pioneros en hablar sobre la influencia del ciclo televisivo *Sábados de super acción* (Curubeto y Peña, 2001) en un texto conjuntamente escrito con Fernando Martín Peña.

Otros de los buscadores de nuevas vertientes fueron Pablo Sapere, a través del fanzine electrónico *Quinta dimensión*, y Darío Lavia, editor de *Cinefania*, una de las mayores bases de datos cinematográficos en castellano que publica periódicamente artículos sobre el tema. Ambos escriben sobre la temática en sus publicaciones digitales. La cultura fanática del terror es otro de los puntos de encuentro que han sido indicadores del crecimiento de movimientos: revistas y blogs especializados que nutren a los entusiastas del género de novedades como *Argentina Sci-Fi*, *Zona freak*, *Horas de horror*, *Fantastique*, *Pasadizo*. Sin embargo, una sola publicación tiene una distribución impresa: *La cosa*, especializada en el cine fantástico y de terror aunque sus notas no son exclusivamente sobre el mercado nacional⁴⁴.

⁴⁴Al momento de la edición del libro se encontraban en proceso de realización dos revistas impresas dedicadas al género: *Cine fantástico y bizarro*, editada por Leandro Balbuena; y la Revista *Cinefania*, editada por Darío Lavia de la web Cinefania.

Pablo Conde y Pedro Meriba publicaron un libro de entrevistas a directores, llamado *Cine bizarro y fantástico hispano-argentino entre dos siglos* (2008), en el que dan cuenta de este movimiento creciente a través de las palabras de los protagonistas:

Desde mediados de la década del '90, comenzó a asomar una importante cantidad de realizadores que no se amedrentan por las trabas o los obstáculos, tanto que los resignifican transformándolos en puntos de partida para sus propios proyectos, como se puede ver en *Filmatrón* (Conde y Merida, 2008: 15)

Matías Raña publicó en su libro *Guerreros del cine* (2010) la reseña de películas cuyos directores denomina guerreros “por su lucha profunda y desigual: la de los medios que disponen para crear sus obras” (17). Aunque se refiere a películas de terror hechas desde 1997 [a partir de *Plaga zombie*] amplía el campo a producciones de género fantástico:

La gente pide terror, fantasía, acción y ciencia ficción. La gente pide tener en la pantalla códigos autóctonos, acentos reconocibles, paisajes cercanos. Éste es un país de tradición fantástica (...). Esta nueva generación construyó una épica artística descomunal, sin antecedentes en la Argentina y llegaron para llenar ese espacio vacío, ese hueco histórico. (Raña, 2010: 24)

Una de las primeras compilaciones latinoamericanas de cine *exploitation* fue la de Dolores Tirney y Victoria Ruétalo con su libro *Latsploitation, exploitation cinemas, and Latin America* (2009), donde se exploraba, entre otros cineastas, al director argentino Emilio Vieyra. Hacia finales de 2012, Rosana Díaz-Zambrana y Patricia Tomé fueron coordinadoras y antólogas de una de las primeras enciclopedias del cine de terror iberoamericano que aborda filmografías más recientes:

Horrofilmico. Aproximaciones al cine de terror en Latinoamérica y el Caribe (2012). Allí destacan al HorrAR por sus “filmes hechos en Argentina pero distribuidos en forma de DVD para una audiencia en EEUU, algunos incluso grabados en inglés” (30). Refieren resumidamente a la historia argentina hasta llegar al año 2000, cuando un “cine independiente alcanza nuevos umbrales con toda una nueva guardia de realizadores” (30).

Es un fenómeno creciente que llamó la atención de los medios de comunicación y que crece en número, acompañando el crecimiento del mercado. Fabiana Scherer escribió varias notas hacia finales de la década del '90 para *Página/12* y *La Nación* destacando el culto por lo bizarro que comenzaba a surgir en los ciclos y producciones de la época [“El culto por lo extraño” (Scherer, 1997)]. Un año después resalta como “las producciones realizadas en video son la clave para que el género gane un espacio” [“El terror gasolero en alza” (Scherer, 1998)]. En su nota “En Halloween, el terror gana la pantalla grande” (Scherer, 2000) señalaba a principios del milenio la existencia de una generación que impulsaba la producción local:

El cine de terror tiene muchísimos seguidores en nuestro país. Sin embargo se trata de un género que en la cinematografía local fue muy pocas veces abordado, hasta ahora. ¿Por qué hasta ahora? Porque en los últimos años, una legión de jóvenes, la mayoría treintañeros, que mamaron esta cultura, desde los clásicos hasta Freddy Krueger, quisieron revertir esta tendencia. Sin plata, pero con mucho entusiasmo, emprendieron la ardua tarea, mediante producciones, la mayoría, cortos y medios hechos en video. Sin la chance de acceder al circuito comercial, los realizadores encontraron en diversos programas de televisión dedicados al cine, en

diversos cineclubes y videoclubes, un circuito para mostrar todo el arsenal.

Hacia el año 2003, el terror argentino comienza a generar atención por su producción en ascenso y por su festival especializado: Buenos Aires Rojo sangre. Eugenia García escribe para *Página/12* sobre este movimiento en “Cuando la sangre es pasión de multitudes”:

En estos últimos años de terror, un buen número de realizadores independientes, jóvenes y no tanto, se lanzó a la aventura de concretar películas del género. En grupo, con cámaras y camarógrafos prestados, con posproducción en computadoras caseras, usando líquidos colorados y toneladas de maquillaje o, en casos aislados, con producción extranjera, los realizadores se las ingenian para producir un cine que es pasión de multitudes pero nunca llega al circuito comercial. (García, 2003)

La producción criolla de terror ha sido siempre definida por sus bajos costos de producción, como señala el suplemento *No* de *Página/12*:

Infinitos chorros de sangre de utilería, colmillos insaciables y chinchulines simulando desmembramientos; ataques sobrenaturales al estilo *Mutantes del espacio* —la recurrente saga simpsoniana—, condimentos sado al borde de un porno paródico y suspenso hitchcockiano (...) Accidentalmente o no, la mayoría son producciones de bajo —si no bajísimo— presupuesto, que en la Argentina todavía luchan contra el mote de subgénero, por no haber sido admitidas en los dominios del llamado *Nuevo Cine Argentino*. Pero parece que la calidad, aun en un género tan poco difundido como el terror, fantástico y aladaños, también se puede alcanzar con poca banca, y mucho trabajo. Éste es un auténtico cine barato. El punto es que hacerlo barato no significa hacerlo mal. (Yannoulas, 2006)

El horror argentino, que comenzó como una tarea artesanal, representó una nueva manera de filmar y suscitó interés a finales de la década de 2000 por su carácter de producto exportable al mercado-directo-a-DVD estadounidense:

Hay una nueva generación de cineastas que intenta hacer cine tracción a sangre. Son jóvenes, no saben estar quietos y representan el verdadero cine independiente: con poco dinero son capaces de iluminar, musicalizar, editar, dirigir y actuar sus películas. ¡Y hasta hablan en inglés! Claro que ellos preferirían que sus filmes fueran hablados en castellano; pero sin apoyo estatal ni espacio para mostrarlos en el país por ahora sólo encontraron la alternativa en el mercado estadounidense del DVD. Si señores: hay un terror criollo que de momento sólo asusta a extranjeros. (Milsztjan, 2007: 26)

Así lo reflejaron varios artículos periodísticos, resaltando su valor de exportación: “Cine de terror argentino elogiado en Nueva York” (Carletti, 2005); “Terror puertas afuera” (Wain, 2004); “El cine de terror argentino tendrá sucursal en Hollywood”(Clarín.com, 2008). El horror argentino ha sido, hasta la fecha, huérfano de análisis académicos, a excepción a los casos citados sobre su historia. Sin embargo, Jonathan Risner de la Universidad de Carolina del Norte ha explorado la circulación de títulos argentinos en EEUU⁴⁵:

Mientras la situación está cambiando, el cine argentino de terror no ha disfrutado tradicionalmente de suficiente apoyo estatal y

⁴⁵ Jonathan Risner desarrolló su tesis doctoral “Blood runs: the circulation of Argentine horror cinema in Argentina and the United States” (Risner, 2012) de manera casi simultánea a la escritura de la tesis de Maestría que originó este libro.

varios directores han comenzado a realizar películas para el mercado de DVD de películas estadounidenses de bajo presupuesto. El contenido de los filmes (diálogos en inglés, con representaciones tanto legibles como anónimas de Buenos Aires y el uso de convenciones de terror bien establecidas) usualmente reflejan su audiencia target en EEUU. Asimismo, productores estadounidenses han ido a Argentina para producir películas de terror dirigidas al mercado de EEUU. (Risner, 2011)

La producción de género argentina, nacida en los suburbios de la industria cinematográfica nacional, se puede dividir en tres categorías⁴⁶:

- la producción *mainstream* nacional (financiada por el INCAA): *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008), *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b), *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012) y *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b). Se suman *Todos tus muertos* (Crampi, 2012), *La memoria del muerto* (Diment, 2011b) y *Malditos sean!* (Rugna y Forte, 2011), ganadores de premios y concursos del INCAA.
- la producción orientada al mercado internacional: *Jennifer shadows's* (Parés y De la Vega, 2004), *Interferencia* (Esquenazi, 2004) o *The last Gateway* (Rugna, 2007).

⁴⁶La categorización realizada se puede realizar exclusivamente enmarcado en el género de terror, ya que aún las películas con más presupuesto entran en la categoría independiente en comparación con los proyectos de las grandes productoras nacionales. Esta segmentación no se puede aplicar a las productoras, ya que algunos directores participan tanto de producciones independientes o *underground* como de proyectos internacionales.

- la producción subterránea con una base fanática: *Holocausto canabís* (Magariños, 2001); o *Un cazador de zombies* (Magariños, 2008).

En los próximos puntos analizaremos cada uno de estos tipos de producción.

3.3. Monstruos de cartulina: producción artesanal

“Si te urge filmar tenés que hacerlo por tus propios medios. ¿Por qué tantas vueltas para filmar una película, qué tiene de sagrado el celuloide? La cosa es hacer. Hay mucha gente que quiere filmar y los recursos no lo impiden”. (Hernán Sáez en García, 2003)

El terror ha sido un campo fértil para el combo que incluye mucha pasión e ideas y poco dinero porque son películas “de una producción sencilla y económica” y “más fáciles de vender que una comedia o una de acción”, como señala el productor argentino Christian Koruk (2011). A nivel mundial, miles de cineastas ven en el horror, dadas las formas de producción que admite, la posibilidad de explorar sus sueños cinematográficos a costos accesibles⁴⁷.

En Argentina, existe una brecha que separa la sangre *mainstream* de la independiente: en el medio no hay nada. O presupuestos superiores a \$ 500.000 financiados por el INCAA o aquellos que no superan los \$ 30.000 (en los mejores casos) sacados de los bolsillos de los cineastas, sus familiares y amigos:

“Siento que hoy por hoy hay dos grandes caminos: o lo hacés con el Instituto de Cine o lo hacés en forma marginal. No me siento

⁴⁷Este tema se ha desarrollado en el capítulo 14.

culpable por ser marginal, porque prefiero que la película exista. Existe todo un grupo de gente que se siente muy *outsider* y que encuentra en estas películas la posibilidad de hacer un tipo de cine que de otra manera no podría hacerse. Van y lo hacen”. (Daniel de la Vega entrevistado en Conde y Merida, 2008: 168)

La mecha encendida por *Plaga zombie* (Páres y Sáez, 1997) mostró un camino para muchos cineastas sin recursos: si un grupo de adolescentes sin estudios formales de cine, con una cámara casera y \$ 600 podían hacer un largometraje de zombis, muchos más podían. Farsa producciones se convirtió en un paradigma de producción artesanal con talento y desenfado en un caso de “identidad colectiva, que los convierte no en autores sino en un solo autor con múltiples cabezas” (Raña, 2010: 34). Integrado por Pablo Parés, Hernán Sáez, Paulo Soria, Walter Cornás y Sebastián Berta Muñiz, ya filmaron siete largometrajes: *Plaga zombie 1, 2 y 3* (1997, 2001, 2011); *Nunca asistas a este tipo de fiestas 1 y 2* (2000, 2010); *Filmatrón* (2007) y *Kapanga todoterreno* (2009). Filmaron también una serie web: *Post* (2010); dos películas para otras productoras: *Jennifer’s shadow* (2004) y *100% lucha. El amo de los clones*, y participaron en la serie digital *Daemonium* (Parés, 2012). En todos sus productos utilizan el paradigma de *hágalo-usted-mismo* variando los presupuestos pero no la calidad y utilizando primordialmente la parodia y el homenaje a películas y géneros.

Las primeras películas de Pauraflics también fueron hechas con un presupuesto limitado. *Habitaciones para turistas* costó U\$S 3.000 que juntaron entre amigos y familiares, rifas, fiestas y bonos contribución en un proceso que duró cuatro años (Moyano, 2012c). Con una cámara digital prestada y una Pentium 4 terminaron una de las primeras películas que llamó la atención de la prensa estadounidense. Luego le siguieron *Grité una noche* (García Bogliano, 2005), *36 pasos* (García Bogliano, 2006) y *No*

moriré sola (García Bogliano, 2007): \$ 600 para 2005, U\$S 5.000 para 2006 y U\$S 6.000 en 2007. En 2009, los rumores que circulaban en el exterior acerca de sus producciones le permitieron filmar en otros países *Masacre esta noche* (García Bogliano y García Bogliano, 2009) y *Donde duerme el horror* (García Bogliano y García Bogliano, 2010). Ostentan además el récord de haber estrenado en salas dos películas de terror financiadas por el INCAA en un año: *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b) y *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012). Sus cintas tienen un cóctel poderoso: asesinos, mujeres en peligro desnudas y desmembradas, *gore*, sustancias explosivas, fantasmas y rituales diabólicos.

Mientras Farsa Producciones y Pauraflics se ubican entre el medio y bajo presupuesto, Germán Magariños podría ser considerado el rey del bizarro subterráneo. Sus producciones chorrean sangre hecha con fécula de maíz y colorante; y considera a *Sadomaster: locura general* (2011b) una superproducción, aunque fue hecha con \$ 1.500⁴⁸. Magariños señala que tiene dos líneas de producción: las de Gorevisión que tienen “más producción, tardamos en hacerla”, como *Sadomaster 1 y 2* (2005, 2011) y *Gore-invasión* (2004); y las Pochito Producciones que son “películas hechas en 5 horas” que se terminan en una semana: *Actividad subnormal* (2010) o *Poltergays 2: masacre en la pijamada* (2011) son algunos ejemplos. Una vertiente más extrema es el cine punk, como lo denominan Marcelo Leguiza, Alejo Rébora (y Mad Crampi) con películas como *Mutazombie* (Leguiza, 2008), *Marihuana radioactiva interplanetaria* (Leguiza, 2010) y *Trash* (Rébora, 2010) que incluyen escatología lisérgica y eyaculaciones a granel.

Las películas de terror de bajo presupuesto tienen costos que pueden variar entre los \$ 500 y los \$ 80.000, como se ve en la Tabla 12.

⁴⁸Fuente: (Magariños, 2011a).

Lo cual implica ajustes en los costos por lo que hay dos maneras de hacer una película casera de monstruos: una improvisación constante o un guión a la medida de los recursos. Magariños (2011a), haciendo gala de su nula planificación, señala: “se gasta en la medida que vas a necesitar. No hay una pre producción”. Otros directores, como Javier Diment (2011a), proyectan sus ideas “pensando en el presupuesto”. Luego de dirigir el documental sobre los 10 años del BARS, Elián Aguilar se abocó a la realización de una película de terror sobrenatural en 2010 llamada *Sangre negra*. Co-financiada junto a la productora Ariana Bouzón por \$ 7.000, pidieron un guión a varios escritores con determinadas pautas de producción y seleccionaron el que les pareció más acorde al proyecto (Aguilar, 2011a). Filmaron en la ciudad bonaerense de Carlos Keen por 15 días y se alojaron en un lugar prestado por la Municipalidad. Un proyecto acorde a un presupuesto ajustado.

PELÍCULA	PRODUCTORA	PRESUPUESTO*
<i>Mala carne</i> (Forte, 2003)	Doma Uno y Acrópolis Producciones	500
<i>Grité una noche</i> (García Bogliano, 2005)	Mondo Trasho Productions/ Pauraflics/Román Porno Eiga	600
<i>Baño de sangre</i> (Pollachi, 2003)		2.000
<i>Sed: Enemigo del aire</i> (Sosa Arroyo, 2004)	Tigsol Producciones	2.000
<i>Supermondo Trasho 3: Unleashed</i> (Peralta, 2004)	Tetard Producciones	3.400
<i>Trash</i> (Rébora, 2010)	Sarna Producciones	4.000
<i>Beinase. El sentido del miedo</i> (Diment, 2007)	Canal Ciudad abierta	20.000
<i>El propietario</i> (Diment y Ziembrowski, 2008)	Canal 7	80.000

Tabla 12. Casos de películas argentinas de terror de bajo presupuesto.

Fuente: elaboración propia en base a entrevistas personales con los directores y publicaciones de las productoras. *Datos expresados en pesos argentinos.

Fabián Forte rodó *Mala carne* (2003) con \$ 500 situando una historia de vampiros y sexo casi exclusivamente dentro de un departamento y durante tres días para ahorrar locaciones y tiempo. Forte tiene una larga experiencia no sólo como director independiente sino también como asistente de dirección y otros rubros en películas más industriales y comerciales como *El hijo de la novia* (Campanella, 2001) o *Apariencias* (Lecchi, 2000) y resalta la importancia de la planificación:

“He trabajado en muchas producciones como asistente de dirección y es problema son siempre los guiones. Escriben pensando en la mejor historia. Después la realidad te da una plata determinada y tenés que adaptar ese guión. Cuando el director es inteligente. Cuando no lo es, quiere hacerlo como sea. Entonces la película se cae. (...). Después todo se ata con alambre”. (Forte, 2011)

Todas estas producciones son realizadas por empresas independientes y de producción circunstancial que carecen de estudios propios, no disponen de personal técnico estable, los lugares de filmación son alquilados y los técnicos contratados temporalmente para la realización del filme (Perelman y Selvach, 2004: 72). Esta situación marginal no es exclusiva de las empresas del género: las grandes productoras, laboratorios y las cadenas de exhibición más importantes están en manos de un puñado de empresas (Getino, 2008). En los márgenes “existe un número importante de firmas que participan de estos mercados, y la gran heterogeneidad de intereses, hace que no sean representados en todos los casos frente a las instituciones públicas” (Getino, 2005: 342).

La creación esporádica de empresas para cada proyecto es una figurita repetida. Desde la década del '80 surgen cooperativas de trabajo en las que todos los intervinientes en el proyecto (ya sea productor,

director, técnico o actor) son socios que comparten los riesgos y las ganancias, las responsabilidades y las decisiones (Fabbro, 1994: 288). A ese tema se refiere Pablo Rovito, quien señala que no hay cine no industrial, sino distintos modelos de producción, entre los que se encuentra esta nueva forma de asociación que permite una mayor flexibilización de los modos de producción y una reducción de los costos asociados:

“Surge así una cantidad de sistemas de producción, de paradigmas asociativos y de abolición de costos que permite que, con menos riesgo de capital se llegue a películas de la misma calidad que otras más caras. La cooperativa ya existía, pero se estableció como modelo. Y es lo que se da a llamar cine alternativo. Cuando se dice *el otro cine* es éste”. (Rovito citado en Amatriain, 2009: 35)

El caso ejemplo de la Tabla 13 describe cabalmente el proceso descrito por Pablo Rovito que añade que lo importante no es quién pague o no determinados procesos porque “muchas de estas películas se hacen igual y se pagan al final, cuando cobran el subsidio”. Aunque a Forte le costó dos filmes poder cobrar un crédito del INCAA, en el tercero obtuvo financiamiento del Instituto que le permitió terminar y promocionar la película *Malditos sean!* (Rugna y Forte, 2011) a través del Concurso de Películas Digitales 2010. Forte señala que no son productoras sino “agrupaciones con personas distintas”.

PELÍCULA	COOPERATIVAS	FINANCIACIÓN
<i>Mala carne</i> (Forte, 2003)	Doma Uno y Acrópolis Producciones	Personal - cooperativa
<i>Celo</i> (Forte, 2007)	7513 Cine y La Noche Cine	Personal - cooperativa
<i>Malditos sean!</i> (Rugna y Forte, 2011)	IDR Films	Personal - cooperativa Subsidio del INCAA

Tabla 13. Ejemplo de modos de producción: filmografía de Fabián Forte.

Fuente: elaboración propia en base a Fabián Forte (2011).

La cooperativa como figura económica no es el caso de productoras pioneras que se han convertido en una marca registrada del género y que realizan productos de manera estable aunque en muchos casos con alianza con otros capitales: Farsa Producciones es una S.R.L. conformada por los cinco socios originales (Farsa producciones, s/f), la platense Pauraflics está integrado por cuatro socios desde 2006 (Moyano, 2011) y las unipersonales Furia Films (de Daniel de la Vega) o Gorevisión (de Germán Magariños), entre otras.

La premisa clave de bajar costos hace que la figura del director coincida con la del escritor o el productor. Por ejemplo, en *Mala carne* (2003) Fabián Forte fue guionista, director, productor y camarógrafo. En Argentina la “estrella es el director” en “esquemas de producción bastante alternativos, donde los roles se mezclan muchísimo”. El director es el que escribe, busca financiamiento, lo administra, filma, edita y hasta hace sus propios efectos especiales. Es el capitán y timonel de su propio barco. Es un proceso agotador que hace que cada película sea una misión casi imposible para los directores que necesitan brazos de pulpo para terminarla mientras trabajan en otras actividades para ganarse el pan. La figura clave del productor casi no existe en estas películas de terror y son contados con los dedos de una mano: Hernán Findling, Ezio Massa, Hernán Moyano, Christian Koruk y Fabiana Roth, entre otros.

La filmación autofinanciada no está libre de los inconvenientes del bajo presupuesto. Surgen imprevistos a último momento o las películas se extienden por años porque los integrantes del equipo tienen trabajos estables que no están asociados a la película, por lo que pueden filmar o editar sólo los fines de semana o en sus tiempos libres:

“Es habitual escuchar anécdotas de rodaje donde se rompió la cámara, faltaron los extra sin aviso, el clima no ayudó, no hubo

dinero para los efectos especiales o sólo disponen de los fines de semana para rodar porque después deben limitarse a un trabajo que les dé de comer”. (Raña, 2010: 17)

El bajo presupuesto limita las posibilidades pero aumenta la paleta creativa, tal como señalan los integrantes de Pauraflics:

“Nuestra forma de producir las películas en Europa la ven como un funcionamiento mágico. Ellos tienen esa palabra para definir este tipo de emprendimientos. No pueden entender cómo con la plata que nosotros hacemos películas, ellos no pueden pagar, digamos, ni siquiera un día de catering. Este funcionamiento mágico, me parece, que en un punto los prepara de otra manera a los realizadores de cine de género”. (Entrevista a Pauraflics en Aguilar, 2009)

Los recursos a la hora de filmar son interminables: Silvio Farah cerró a los actores en un baño y prendió hojas de eucalipto adentro porque no tenía máquina de humo durante la filmación de *Arca* (2000) (Scherer, 1998); Alexis Puig compró esqueletos en el cementerio de Flores por \$ 100 para su película *Vendado y frío* (1998) (Scherer, 1998); Paula Pollachi no pudo renovar contrato en su edificio porque la vieron filmando su película *Baño de sangre* (2003) por los pasillos con cuchillo en mano (Pollachi, 2011); Germán Magariños agregó escenas a sus películas sólo porque le sobró sangre artificial en un balde (Magariños, 2011a) .

Muchos de ellos tuvieron problemas con los actores porque los rodajes duran tanto que puede suceder el desastre: alguien cambia el look o se muda. Eso le sucedió a Fabián Forte en *Mala carne* (2003) cuando tuvo que agregar escenas para vender la película a una distribuidora estadounidense: ninguna de sus dos actrices estaba disponible por lo que tuvo que utilizar dobles. En *Habitaciones para turistas*

(García Bogliano, 2004) una de las actrices se cortó el pelo por lo que tuvo que filmar el resto del rodaje con una peluca (Moyano, 2012c).

Algunas de estas películas filmadas con un presupuesto ínfimo obtuvieron distribución en EEUU y Europa. Tal como señala Ryan (2008: 139) en su análisis del terror australiano -que puede trasladarse al argentino- las “películas subterráneas tienen el potencial de convertirse en *hits* de nicho y películas de culto”. Es lo que le sucedió por ejemplo a Germán Magariños con su película *Sadomaster* (2005), en la que un anti-héroe vestido con traje sadomasoquista que limpia las calles porteñas de neonazis se ha convertido en un personaje seguido por los fanáticos argentinos y exportado en forma de DVD a EEUU, España y China⁴⁹.

Para generar un caudal de dinero que siga generando monstruos de cartulina, la mayoría de los directores y las empresas más constituidas, como Pauraflics o Farsa Producciones, ofrecen sus servicios cinematográficos a terceros, lo cual les permite insuflar capital al terror argentino. “En alguna época hemos hecho videoclips o institucionales. Hay que mantenerse activos y buscar formas alternativas de financiación”, expresa Hernán Moyano, productor de Pauraflics (2011); Daniel de la Vega (2011) declara: “Yo vivo del cine porque también hago comerciales”; “la realización de videoclips es una fuente de ingresos”, aclara Mariano Cattaneo (2011). Al cine comercial se agregan proyectos de terceros. Así lo muestra el portfolio de Farsa Producciones que al frondoso prontuario de ocho productos fantásticos (sólo seis podrían enmarcarse en el terror) suman tres películas para otras productoras [*Jennifer’s shadow* (Parés y De la Vega, 2004), *Kapanga todoterreno* (Parés y Soria, 2009), *100% Lucha. El amo de los*

⁴⁹Se analizará la distribución con más detalle en el capítulo 4.

clones (Páres y Soria, 2009)]; 84 videoclips y más de 50 trabajos para televisión, publicidad, institucionales y autorías de DVD. Al respecto, señalan: “trabajamos en distintos proyectos y con las ganancias por el trabajo financiamos nuestros propios filmes, que también dejan su ganancia para seguir realizando otros” (Parés, 2011a). Una rueda eterna que les permite sostener la productora por U\$S 6.000 al mes (Farsa Producciones, s/f).

El hecho de que no haya competencia económica entre ellos (porque no hay un mercado constituido) es una de las razones de este trabajo conjunto que convierte al terror argentino en una fuerza comunitaria: “El cine independiente es un cine de equipo, de colaboración, es como una red (...). Sabemos lo que cuesta realizar una producción así que tratamos de ayudarnos mutuamente” (Cattaneo, 2011).

En definitiva, creatividad, talento y sobre todo ganas son lo que alimenta la producción independiente de terror argentina. Nació con una marca marginal y comenzó a organizarse obteniendo subsidios del INCAA en producciones con mayor presupuesto e incluso se convirtió en producto de exportación hablado en inglés, como veremos en los puntos 3.4 y 3.5.

3.4. Horror mainstream nacional: el camino del INCAA

“¿Jurados del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales eligiendo una película sobre viajes en el tiempo...? Imposible. El mismo artificio que hace existir a nuestro cine, hizo que no exista la posibilidad de tener una *Star Wars* o una *Historia sin fin* en la que hablen mi idioma o suceda en mi territorio, ya que durante muchos años esos géneros fueron mala palabra”. (Pablo Parés en Raña, 2010: 14)

En Argentina no se produce cine sin el INCAA. La producción netamente privada es prácticamente inexistente y tanto las productoras más importantes, Pampa Films, Patagonik Film Group, Aries y Pol-ka Cine⁵⁰ entre otras, como las independientes filman con ayuda estatal. La producción nacional sigue dependiendo casi absolutamente del Estado (Getino, 2005: 192).

Durante el año 2010, la producción nacional financiada a través del INCAA logró una cifra récord de 138 películas estrenadas en un año, liderando la región latinoamericana en cantidad de títulos (INCAA, 2011a). De este modo, Argentina supera holgadamente el promedio mínimo de producción definido por la UNESCO, estipulado en un film por cada millón de habitantes (Getino, 2005). La justificación de un fomento público tan activo se basa en una industria privada incapaz de afrontar los gastos y riesgos del sector [el costo promedio de una película nacional era de \$ 2.800.000 en 2011⁵¹(INCAA, 2011b)]; un mercado local pequeño que no absorbe toda la oferta; y la competencia desleal con mercados más desarrollados, como el estadounidense.

Los criterios para la financiación estatal en la Argentina suelen tender al fomento de películas que contribuyan al desarrollo de una identidad nacional, “de la idiosincrasia y la cultura regionales, el abordaje de la historia y problemáticas locales, y la difusión de las imágenes urbanas y naturales del país” (Perelman y Selvach, 2004: 27). El Nuevo Cine Argentino ha obtenido una gran parte del financiamiento,

⁵⁰Las últimas cuatro son señaladas por Perelman y Seivach (2004) como las empresas productoras más importantes al año 2003.

⁵¹US\$ 710.000 según la cotización del día de la resolución (http://www.cotizacion-dolar.com.ar/dolar_historico_2010.php).

enfaticando las tendencias reinantes desde los '90 con un cine que “aborda temas de la realidad social y cultural del país, con estilos y enfoques claramente personales” (Getino, 2005: 316), que “gana premios en los festivales internacionales pero raramente incentiva el interés del público” (317). En ese contexto, la producción de imágenes de terror ha sido siempre un eje problemático ya que la financiación ha alcanzado a muy pocas películas de género. Así lo expresa el director argentino Javier Diment (2011a): “En EE.UU. el cine independiente es la resistencia y el cine comercial es el que llena salas. En Argentina es al revés: el cine de género es la resistencia”.

La situación no es una particularidad argentina sino que a nivel mundial los proyectos de género han estado excluidos de la financiación pública o estatal, concentrada en favor del cine-arte o cine de autor. Así lo indica Mark Hartley en el documental *Not quite Hollywood* (2008), ilustrando que las películas “*ozploitation*”⁵²-que engloban a los géneros comerciales incluidos la acción, las películas de ruta, la explotación sexual y el terror- han ocupado una posición precaria dentro de los cines nacionales medianos y pequeños donde dominan las medidas proteccionistas culturales (Citado en Ryan, 2009). De esta manera, el terror ha sido una categoría ausente por dos razones:

“Las tensiones que surgen de las películas de terror están relacionados con dos temas: el horror es un género de mala reputación y una forma de juventud. Por otra parte, las películas-arte llevan la etiqueta de prestigio del cine y el público objetivo de mediana edad”. (Ryan, 2009: 7)

⁵²El término se refiere a películas de género australianas.

Antes de 2008, los directores de terror hablaban de discriminación de género por parte del INCAA. Ese mismo año, muchos de los cineastas se agruparon para discutir sobre el tema y escribieron una carta a Liliana Mazure, directora del INCAA, a propósito de la exclusión de sus películas en el Festival de Cine Independiente BAFICI:

Los realizadores del cine fantástico argentino, del cual me siento parte, acostumbramos a autogestionarnos o trabajar para el extranjero haciendo películas en otros idiomas para poder hacer lo que creemos somos capaces. La ley de fomento del cine argentino discrimina a las películas fantásticas, al menos lo hizo durante 25 años hasta que por fin este pasado mes pudo estrenarse una película de terror coproducida con **España**⁵³(...) Realizadores de cine de género de Argentina solemos autoexcluirnos de festivales y propuestas de fomento. Y yo me pregunto ¿por qué?. (Rugna, 2008) (negritas en el original)

Durante las entrevistas realizadas a los directores e integrantes del movimiento, muchos de ellos describieron la realización de reuniones para discutir la situación y solicitar una audiencia con Mazure, agrupados detrás del Festival Buenos Aires Rojo Sangre (Rugna, 2011; Forte, 2011; Lavia, 2011; De la Vega, 2011):

“Esa movida fue por un puntapié mío. Escribí una carta al INCAA porque no nos daban un lugar en el BAFICI. En el festival de cine independiente pasaban una retrospectiva de un director surcoreano y no de nuestras películas. Predomina el cine autoral y no aparece el cine fantástico. A partir de esa carta nos juntamos varias veces. Éramos 20 en una mesa. Yo señalé que nos deberíamos

⁵³Se refiere a *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008).

agrupar detrás del BARS para presentarnos y conseguimos una entrevista con Mazure. Fue Gabriel Schipani y otra persona. A partir de ahí, no sé si casualidad o no, empezaron a aprobar películas de cine fantástico”. (Rugna, 2011)

2008 fue un hervidero de cineastas de terror (y otros géneros fantásticos) que venían filmando alejados de la financiación estatal y comenzaron a instrumentar las maneras de salir de una especie de clandestinidad cinematográfica. Esa unión, que nunca llegó a institucionalizarse, fue un punto culmine que marcó los primeros pasos de la producción de terror *mainstream*. Ese mismo año fue también el momento en que el terror exorcizó sus demonios y estrenó su primera película nacional en salas comerciales con financiamiento del Instituto: *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008). Christian Koruk, productor de CyK Films, habla de la obtención del subsidio como una “lotería”:

“Presenté el proyecto en el INCAA y unos meses después de casualidad lo sacamos. Fue como sacarse la lotería. Salió el subsidio pero me exigían ser productor de cine con tres películas para manejar el circo. Entonces me asocié con los Mentasti⁵⁴ contra mi voluntad porque a Sergio (Esquenazi)⁵⁵ y a Hernán Findling⁵⁶ les pareció una buena oportunidad. Así perdimos como en la guerra. Perdimos el manejo de la película”. (Koruk, 2011).

Para obtener créditos del INCAA, el Instituto prevé un sistema de financiamiento diferencial de acuerdo al tipo de producción y sopor-

⁵⁴Horacio y Esteban Mentasti son los dueños y productores de Cinemagroup SRL.

⁵⁵Director de la película.

⁵⁶Productor asociado de la película.

te. El primer paso es recibir la clasificación *de interés* para ser subsidiada. Cuando la película se presentó en 2004, la reglamentación vigente era la resolución 658/04 que establecía las siguientes características para ser financiada por segunda vía⁵⁷:

- Largometraje de ficción.
- Soporte de rodaje fílmico en 16 mm o superior.
- El productor presentante debe tener como mínimo tres películas de largometraje producidas con la misma persona de la presentación o una como productor ante el INCAA.
- Se debe demostrar el 100% de la financiación del proyecto.

El subsidio que se podía obtener era por 70% del costo definitivo de producción reconocido por el INCAA con un máximo del 52% del costo de una película nacional de presupuesto medio. Para filmes de otras características, se establecían también primera, tercera y cuarta vía. Sin embargo, “el subsidio por otros medios de exhibición resulta ser un estímulo mayor para las películas que se encuadran en la segunda vía” (Perelman y Selvach, 2004: 125). La nueva reglamentación también cerró la puerta para productores sin experiencia acreditada ante el INCAA realizando “un cambio fundamental respecto del régimen anterior, en el que los productores y directores noveles contaban en forma prácticamente segura con un subsidio por el sólo hecho de estrenar o editar en video su obra, que en los casos de filmes de presupuesto bajo, significaba cerca del 70% del costo de la película” (125).

⁵⁷El INCAA establece a los fines de los subsidios por otros medios de exhibición vías para cada tipo de proyecto. Las condiciones y requisitos se han modificado a través de los años y se refieren a las características del proyecto y de los productores presentantes.

En este contexto, *Visitante...* inició en 2004 un largo y tortuoso camino que finalizó cuatro años después. La película fue declarada de interés casi un año después de su presentación (en diciembre de 2004). En el medio sufrió cambios de representación: presentada inicialmente por Alejandro Mustafá El Abed se traspasó a Cinemagroup S.R.L., en una coproducción con ABS Production Barcelona que también solicitó crédito al Instituto de Cine español. Se pospusieron las fechas de rodaje y se aumentaron los presupuestos iniciales: de \$ 1.189.989 subió a \$ 1.461.451 por partes iguales entre España y Argentina, lo cual sumó \$ 2.922.903⁵⁸ (Expediente 0262/04/INCAA). Finalmente, del total de \$ 1.461.451 el INCAA reconoció \$ 949.000 de gastos a favor de Cinemagroup observando \$ 225.000 por problemas de fiscalización⁵⁹ (INCAA, 2004b). *Visitante...* vio la luz el 3 de abril de 2008 y no tuvo el resultado esperado en las salas: una paupérrima asistencia de 10.818. El productor Koruk culpa a Cinemagroup por el manejo de la película:

“Pudimos terminarla y salió un buen producto aunque podría haber sido mejor si nos hubieran escuchado a nosotros tres (Esquenazi, Findling y Koruk). Sacaron la calculadora y nunca apostaron a la película. Yo tuve un sueldo de productor asociado pero no la pude manejar. La terminamos y nunca tuvimos una rendición de cuentas. Pero nos quedó la satisfacción de haber estrenado la primera película de terror en salas comerciales con apoyo del INCAA en 21 años”. (Koruk, 2011)

⁵⁸U\$S 925.380 según la cotización de 2008 (U\$S1 = \$ 3,15).

⁵⁹Cinemagroup presentó sólo \$ 1.146.550,52 sobre el total presupuestado. Fuente: expediente 0262/04 (INCAA, 2004b).

La misma operatoria siguió *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012). Presentada el 25 de junio de 2008 por las productoras argentinas Cinemagroup y Tres Mentas S.A. (en coproducción con la española ABS – Production Barcelona) bajo el nombre *Hispano*, fue declarado sin interés el 8 de mayo de 2009 (INCAA, 2008: Folio 90). Luego de cuatro meses y sustanciales modificaciones del guión fue clasificado de interés como un proyecto de 2da vía. Financiado en partes iguales (50/50) por los productores e institutos argentinos y españoles [como *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008)], fue presentado con un presupuesto inicial de \$ 3.280.000 (en Argentina) que subió a \$ 4.389.470⁶⁰ (Expediente 2615/2008) (INCAA, 2008).

Penumbra se estrenó el 9 de febrero de 2009 y en su primera semana no tuvo una buena *performance*: 5.935 entradas en 37 pantallas de estreno⁶¹. Muestra la misma operatoria que *Visitante...:* producción de Cinemagroup, coproducción española, trámite de cuatro años entre la presentación y la exhibición, y actualización de presupuesto.

Hasta el 2012, la película más exitosa de terror presentada ante el INCAA era *Sudor frío*, octava en el *top ten* de películas argentinas estrenadas durante el 2011. Su producción la diferencia de las dos anteriores, porque fue también un proyecto de Pauraflics pero presentado ante el INCAA por una de las productoras más importantes del país -Pampa Films- con un

⁶⁰US\$ 1.126.626 según la cotización del 14 de junio de 2010 (Fuente: http://www.cotizacion-dolar.com.ar/dolar_historico_2010.php).

⁶¹Fuente: <http://marianoliveros.wordpress.com/2012/02/13/la-taquilla-de-las-peliculas-argentinas-en-cartel-al-13-de-febrero-de-2012/#more-4364>

presupuesto de U\$S 430.000⁶². Su director, Adrián García Bogliano, habla del tipo de trabajo que implicó la producción con Pampa Films expresando la falta de condicionamientos por parte de la empresa:

“Nosotros creímos que nos pedirían cambiar el guión para presentarlo al instituto y no fue así. Luego creímos que el instituto no lo aprobaría y tampoco fue así. Luego creímos que querrían cambiar cosas antes de filmar y tampoco pasó. Luego nos pusimos más nerviosos porque pensamos que en la edición vendrían los condicionamientos... y simplemente nunca llegaron. La película es, en espíritu al menos, exactamente lo que nos proponíamos”. (García Bogliano, 2011a)

Sin embargo, el proceso más largo se lo llevó *Lo siniestro*, que fue presentada en 2001 (Mazurek, 2011b). Según palabras de su director: “El proyecto entró y dieron muchas vueltas. Era anterior al de Sergio Esquenazi. Fue un proceso muy lento. Tenía ganas de hacer el camino legal” (Mazurek, 2011b). Presupuestada por \$ 1.800.000⁶³, se estrenó el 24 de noviembre de 2011. Otras películas presentadas ante el INCAA son: *Cabeza de pescado* (Massaccesi, 2009) que ya ha sido estrenada, *La segunda muerte* (Fernández Calvete, 2012) que espera estreno comercial y *2 de noviembre. Día de los muertos* (Massa), una producción ejecutiva de Findling Films declarada de interés por el INCAA.

Un camino alternativo para la producción de películas de terror, aunque con montos menores, es el de los concursos que organiza el

⁶²Fuente: <http://www.imdb.com/title/tt1668212/>. El INCAA negó acceso al expediente por encontrarse aún en liquidación.

⁶³Fuente: <http://www.imdb.com/title/tt1245776/> El INCAA negó acceso al expediente por encontrarse aún en liquidación.

INCAA. Ejemplos de este tipo de producción son *La memoria del muerto* (Diment, 2011b), que obtuvo un monto de \$ 900.000 (Diment, 2011a) en el concurso para primeras y segundas películas; *Malditos sean* (Rugna y Forte, 2011) que ganó en el concurso para películas con rodaje terminado y/o en etapa de posproducción un monto (8% del presupuesto) que le permitió la finalización del rodaje y el pasaje a fílmico y *Todos mis muertos* (Crampi, 2012), con un costo declarado de \$ 400.000 presentada ante el concurso para películas digitales.

Al año 2011, los proyectos financiados por el INCAA a través de créditos o concursos eran diez. Algunos ya han sido estrenados y otros esperan distribución o están en posproducción, como muestra la tabla 14:

PELÍCULA	PRODUCTOR ANTE EL INCAA	PRESUPUESTO/ SUBSIDIO*	TIPO
<i>Visitante de invierno</i> (Esquenazi, 2008)	Cinemagroup	2.922.904 ⁶⁴	Interés especial/ 2da vía
<i>Cabeza de pescado</i> (Massaccesi, 2009)	José Luis Crescia	Sin datos	Interés especial
<i>Sudor frío</i> (García Bogliano, 2011b)	Pampa Films	1.800.000 (estimado) ⁶⁵	Interés especial
<i>Lo siniestro</i> (Mazurek, 2011b)	Findling Films	1.800.000 ⁶⁶ (estimado)	Interés simple

⁶⁴Fuente: expediente 0262/04 del INCAA.

⁶⁵Fuente: <http://www.imdb.com/title/tt1668212/>

⁶⁶Fuente: <http://www.imdb.com/title/tt1245776/> El INCAA negó acceso al expediente por encontrarse aún en liquidación.

PELÍCULA	PRODUCTOR ANTE EL INCAA	PRESUPUESTO/ SUBSIDIO*	TIPO
<i>Malditos sean</i> (Rugna y Forte, 2011)	Fabián Forte y Demián Rugna	20.000 ⁶⁷	Concurso para películas con rodaje terminado y/o en etapa de posproducción 2010 ⁶⁸
<i>La memoria del muerto</i> (Diment, 2011b)	Findling Films Películas V	900.000 ⁶⁹	Concursos para primeras y segundas películas 2007 ⁷⁰
<i>Penumbra</i> (García Bogliano y García Bogliano, 2012)	Cinemagroup y Tres Mentes	4.389.470 ⁷¹	Interés simple/ 2da vía
<i>La segunda muerte</i> (Fernández Calvete, 2012)	Nathalia Eugenia Videla Peña/ Magma Cine S.R.L.	Sin datos	De interés/1era vía
<i>2 de noviembre. Día de los muertos</i> (Massa, En posproducción)	Findling Films	Sin datos	De interés
<i>Todos mis muertos</i> (Crampi, 2012)	Miguel Moliterno	400.000 ⁷²	Concurso para películas digitales (2do llamado, 2009) ⁷³

Tabla 14. Películas financiadas por el INCAA. Presupuesto y productores.

Fuente: elaboración propia en base a expedientes del INCAA e IMDb (más detalles a pie de página). *Datos expresados en pesos argentinos.

⁶⁷Fuente: entrevista a Fabián Forte (2011)

⁶⁸Fuente: Resolución N° 2521/2010 del INCAA publicada en el Boletín Oficial el lunes 15 de noviembre de 2010.

⁶⁹Fuente: (Diment, 2011a).

⁷⁰Fuente: Res. 1357/2008 del INCAA publicada en el Boletín Oficial el martes 14 de octubre de 2008.

⁷¹Fuente: expediente 2615/2008 del INCAA.

⁷²Fuente: (López Iscafre, 2011).

⁷³Fuente: Resolución 486/2010 del INCAA (modificación de la Res. 1227/2010 del INCAA) publicada en el Boletín Digital el martes 20 de julio de 2010 (Año CXVIII, Número 31.947).

El análisis de los casos presentados ante el INCAA muestra factores comunes. En primer lugar, la preponderancia de dos productores: Cinegroup y Hernán Findling. Si bien no son empresas que se dediquen exclusivamente al terror, han sido los principales representantes ante el instituto. Los requisitos impuestos por el INCAA para la financiación por segunda vía son, según la res. 2201/11/INCAA, acreditar la producción y coproducción de al menos un largometraje estrenado comercialmente. Este requerimiento ha imposibilitado a los productores del terror argentino a ser representantes directos ante el INCAA, empujándolos a asociarse con empresas que cumplan los requisitos. En esta vía, se debe comprobar el 50% de la financiación del proyecto que, en la mayoría de los casos, es una donación de honorarios o adelantos de las empresas.

El INCAA se instituye como un coproductor, esperando de las empresas productoras un porcentaje en la inversión. Debido a que el Instituto no financia el 100% de los proyectos, hay una tendencia a aumentar el costo de la producción por dos razones: para cubrir el total de la producción de la película y asegurarse la rentabilidad que muy pocos empresarios esperan recuperar en la taquilla.

A pesar de los incentivos para la recuperación de los montos de taquilla⁷⁴, la caída en los números del circuito de exhibición crea una paradoja en la industria nacional: existe un “cuello de botella o desequilibrio cada vez mayor entre una producción en aumento y una concurrencia en declive en un mercado de por sí pequeño” (Tortorola, 2009: 203). Por lo que al inflar los costos las empresas esperan obtener la ganancia en

⁷⁴El INCAA reconoce para proyectos de ficción de segunda vía hasta el 100% del costo de producción con un máximo de 57,5% del costo de una película nacional de costo promedio. Lo cual implica, según lo determinado en la Res. 2204/11/INCAA, \$ 1.610.000 o US\$ 377.000 según cotización del dólar estadounidense en marzo de 2011 .

la financiación estatal y no en las salas. Así lo expresa el productor ejecutivo de *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008), ampliando el panorama a la financiación estatal española, donde se repite la misma situación:

“Los Mentasti trabajan con un socio en España, donde tienen un INCAA que financia las películas. Este socio la presentó allá y así se dividen el negocio. Los de acá se quedan con el negocio de acá y allá hacen lo mismo. Ellos financian la película y se quedan con la plata que les da el estado (...) Nadie gasta ese presupuesto porque no lo recuperás. Cobrás el financiamiento en tres o cuatro cheques. Con el primero, hacés la película. El resto se lo quedan entero. Es un negocio redondo para el productor que presenta el proyecto al INCAA. Trabajan 80 personas en una película con desgano porque se suspende el rodaje a voluntad del productor ya que capaz que en seis semanas recién cobra el cheque. No se pone un centavo en el producto. Hacerla por el circuito independiente es diez veces más sano que meterse en el circuito comercial”. (Koruk, 2011)

Las trabas y los mecanismos fraudulentos no son exclusivos de Argentina. Muchos países poseen las mismas dificultades, lidiando con la concentración internacional y la dominación de las producciones estadounidenses en las salas. Así sucede, por ejemplo, en Australia donde los costos inflados ante el estado son una práctica común:

“Los productores han sido incentivados a aumentar los presupuestos, no porque es beneficioso para el proyecto o la industria en su conjunto, sino porque es financieramente conveniente. En conjunto, estos incentivos han elevado el costo de la realización de largometrajes, lo que reduce la posibilidad de que las películas recuperen sus costos. Los modelos existentes de financiación

de cine en Australia ofrecen pocos beneficios financieros para los productores de películas exitosas. Como resultado, los productores son alentados a deducir sus ingresos del presupuesto en lugar de partir de un modelo de negocio sostenible”. (Connolly, 2008: 8)

Daniel de la Vega, director de cine de terror que siempre se ha orientado al mercado internacional, obtuvo clasificación de interés ante el INCAA con una comedia negra llamada *Hermanos de sangre*⁷⁵ que fue estrenada en 2013, a la vez que comenzó el rodaje de una película de terror (*Necrofobia*) también declarada de interés por el INCAA⁷⁶. Respecto a la financiación declara:

“El INCAA no es coproductor, es productor. Es una gran falacia de la cual nadie se hace cargo. El INCAA te da el 60% pero con ese porcentaje hacés la película. Entiendo que el INCAA es un banco muy amable que te da las condiciones para que la película exista. Pero tenés que asumir riesgos. En mi caso tuve que poner mi casa como aval. Tuve que transitar tres millones de trámites burocráticos para lograr que me aprobaran. Tardan un montón en darte el dinero pero después te lo reconocen. En un punto es un estímulo real que a la gente se le financie por hacer algo distinto. Sería mucho más seguro hacer otro tipo de cosas. Por eso está bueno que el estado apoye”. (De la Vega, 2011).

Otros de los problemas es la infinidad de trámites burocráticos que involucra el proceso y los tiempos para la aprobación del crédito. Al-

⁷⁵La película fue estrenada en noviembre de 2012 en el Festival de Cine de Mar del Plata donde ganó en la categoría mejor largometraje nacional.

⁷⁶Daniel De La Vega ha solicitado un crédito junto a Néstor Sánchez Sotelo de \$ 900.000 para *Necrofobia* a través del Expediente 1955/11 del INCAA. Fuente: <http://www.incaa.gov.ar/>

gunos ejemplos son los diez años que costó la salida de *Lo siniestro*, o los cuatro de *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008) y *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012). De la Vega y Diment se refieren a la dificultad de este proceso:

“Hay tanto tiempo entre la presentación de un proyecto y su concreción que te olvidás porque lo querés hacer. Pero tenés que meter proyectos todo el tiempo para que esta rueda adquiera la dinámica correspondiente. (...) Hay que tener una paciencia histórica”. (De la Vega, 2011)

“La parte financiera es muy complicada. Yo trabajo con Hernán Findling, un muy buen productor. Él viene y me dice: hasta que no larguen la segunda cuota no podés filmar. Tenés que tener alguien sensato que te baje a la realidad. Que sepa cuáles son los pasos, que hay que mandar, quién tiene datos que podés creer que te bajan del INCAA. Pero así como hablo bien del INCAA, hace seis meses que estoy esperando un pago. Llamo todos los días por teléfono. Pero sé que va a salir porque si no hubiera podido hacer esa película”. (Diment, 2011a)

Asimismo, si consideramos que solamente las películas financiadas en la década ascienden a 1070 (ver tabla 15) y en cinco años se estrenaron sólo cuatro películas de terror (mientras cuatro aún aguardan por su estreno o están en rodaje o posproducción) la proporción de proyectos de género (0,10%) en el total no es el ideal. Sin embargo, a pesar de las trabas que significa presentar un proyecto ante el INCAA y obtener financiamiento no existe otra manera de hacer cine que lleve al público en Argentina ya que “el Estado sigue siendo el principal garante de la existencia de una actividad productiva en el país, tal como sucede en la mayor parte del mundo” (Getino, 2005: 328).

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	TOTAL
60	65	65	65	80	90	110	100	100	110	130	1070

Tabla 15. Películas financiadas por el INCAA.

Fuente: Marino (2011: 15) e INCAA (2011a).

Muchos autores arguyen este desinterés del INCAA a los prejuicios por el género y lo culpan por no atender a la diversidad de propuestas audiovisuales que se gestan en el país (Cantú, 2008: 409-410). Asimismo, aún quedan cuentas pendientes respecto a los métodos y formatos que se solicitan para pedir financiamiento ante el INCAA. Una de las mayores deudas está en el inicio del camino a ser saldada: los formatos digitales. A partir de 2009 se financiaron 12 películas por año en este soporte destinadas a la exhibición televisiva con un tope de \$ 400.000 de presupuesto (INCAA, 2009)⁷⁷.

La enumeración de los problemas y limitaciones de las políticas del INCAA no oculta la monumental tarea que ha realizado el Instituto en los últimos años, lo cual ha llevado a la Argentina a tener una de las políticas proteccionistas audiovisuales más reconocidas del mundo (Perelman y Selvach, 2004: 133). Asimismo, Argentina lidera la producción de la región latinoamericana tal como se observa en la tabla 16 y como indica Santiago Marino:

“La industria del cine en Argentina es pequeña y aparentemente débil, pero es también la segunda en idioma castellano y una de las

⁷⁷En el Festival de Cine de Mar del Plata de 2012, Liliانا Mazure –directora del INCAA– anunció la digitalización de todas las salas argentinas y el cierre- a finales de 2013 - de las empresas nacionales que fabrican material fílmico en 35 mm.

diez más importantes de occidente, por la cantidad de películas que produce y por su presencia en el mercado mundial”. (Marino, 2011: 8)

PAÍS	CANTIDAD DE PELÍCULAS
España	142
Argentina	65
Brasil	47
México	25
Chile	14
Colombia	8 (2004)
Venezuela	6 (promedio 1990-2000)
Perú	4 (2004)

Tabla 16. Películas estrenadas en Iberoamérica (2005).

Fuente: (Quartesan, Romis, y Lanzafame, 2007: 16).

Esta situación no ha inmovilizado a los cineastas argentinos apasionados por el horror, quienes han echado mano de los recursos que tenían a mano: cooperativas, financiamiento externo, circuitos de distribución y exhibición propios. La mayoría de los directores de horror, tengan o no proyectos vinculados con el instituto, resaltan que el estado sigue siendo el único socio que puede asegurar una producción que exceda los presupuestos que manejan habitualmente, a la vez que les posibilita llegar a las salas comerciales. “Últimamente el apoyo al género cada vez es mayor, por lo tanto nos parece un buen momento histórico”, señala Pablo Parés (2011a), Daniel de la Vega (2011) puntualiza: “es un aparato burocrático enorme difícil de impulsar pero es lo mejor que tenemos porque te hace llegar a la gente y a las salas”. García Bogliano (2011a) con dos películas estrenadas en salas declara:

“Últimamente ha habido una apertura enorme, que me llena de satisfacción. En lo personal, jamás creí que el instituto estuviese interesado en apoyar una película tan punk como *Sudor Frío*, pero así fue. Igual me queda la duda si se trata específicamente de un cambio de mentalidad en el instituto o sencillamente los productores no se animaban a presentar este tipo de proyectos”.

El productor de *Pauraflics*, Hernán Moyano (2011), se suma a esta opinión expresando que “hoy por suerte, muchos de nosotros tuvimos o tendremos la oportunidad de ver nuestras historias en pantallas de cines y con el apoyo de nuestro Instituto de cine”. Otros directores con proyectos en el INCAA añaden:

“El INCAA es una entidad del estado con ciertas características muy discutibles y complicadas. Pero concretamente sin el INCAA no hay cine. No hay manera de conseguir los presupuestos necesarios porque no es negocio hacer cine acá. No veo un lugar lleno de corrupción. Sé que hay espacios para negociados, para gente que tiene acumulación de capitales. No digo que eso no exista. Pero también hay una posibilidad para gente como yo”. (Diment, 2011a).

“Hace un tiempo era impensable que saliera vía INCAA una película de terror. Y salió porque fui muy insistente. Pero es algo alentador porque parece que la cosa se está poniendo un poco mejor. Incluso en la composición de los jurados del INCAA, hay un grupo al que le interesa el género”. (Mazurek, 2011a).

Más allá de los dedos acusadores que denuncian discriminación de género, mecanismos fraudulentos y trámites interminables lo concreto es que muchos directores de terror argentino están cumpliendo sus sueños de ver a sus monstruos en la pantalla grande y con presump-

tos más acordes a las fantasías que intentan plasmar en sus guiones. Se avizoran tiempos de cambio para el género que está teniendo una presencia creciente en los cines argentinos con ayudas de la única herramienta que tiene el cine argentino para estrenar sus películas: el INCAA.

3.5. Terror argentino de exportación

“Existe un negocio incipiente con olor a dólares pero tracción a sangre, que viene en cajita y que ya tentó a varios por estas tierras: se trata de la producción de películas de terror para el mercado de directo-a-DVD de Estados Unidos”. (Milsztjan, 2007: 26)

Hacia mediados de la década de 2000, el mercado directo-a-DVD estadounidense era un negocio floreciente que se nutría de películas de todas las latitudes con el objetivo de cumplir una larga demanda *long tail* de productos para todos los públicos⁷⁸. Sumado a la distribución digital, este cambio de escenario mundial bajó las barreras de acceso al mercado global largamente hegemonizado por las *majors* estadounidenses⁷⁹.

⁷⁸Desde los comienzos del 2000, el mercado de DVD fue un negocio floreciente que reemplazó gradualmente al VHS. Según Janet Wasko (2003), la “revolución del DVD” comenzó en 1997 e hizo un pico en 2002 cuando los DVDs “representaron el producto electrónico consumido más rápidamente en toda la historia” (133). Algunas investigaciones indica que en 2006 casi el 59% de los lanzamientos estadounidense eran títulos directo-a-DVD (Elberse y Oberholzer-Gee, 2006). De acuerdo al Entertainment Merchants Association (DEG, 2008: 1), ese mismo año los consumidores gastaron tres veces más en el mercado de video hogareño que en las salas, excediendo los U\$S 24.000.000.000 (U\$S 16.500.000.000 por *retail* y U\$S 8.500.000.000 por *rental*).

⁷⁹Inicialmente explotado por distribuidoras pequeñas o medianas, el terror *exploitation*, clase B o de mercados no dominantes floreció en un mercado ascendente. Distribuidoras como *The Assylum*, *Syfy* o *Tartan Film* sacaron rédito de una estrategia de nicho comercializando estos productos de bajo presupuesto (Haak, 2011).

Muchos directores argentinos de terror que filmaban con unos pocos pesos y veían sus proyectos sin distribución juntando polvo en sus videotecas, posaron sus ojos en el país del Norte u otros que estuvieran dispuestos a comprar sus productos. La producción orientada al mercado internacional se realiza en Argentina de dos maneras:

- **Financiación externa:** con capitales extranjeros (a veces tomando la forma de coproducciones) y recursos humanos nacionales (técnicos y/o artísticos). Son materiales a pedido que muchas veces sólo involucran a personal a sueldo sin ninguna participación en las ganancias de las películas. Si bien las coproducciones han sido uno de los principales modos de financiamiento de muchas producciones nacionales, los beneficios no ingresan a Argentina porque el coproductor extranjero se reserva los derechos de explotación (Getino, 2008).
- **Financiación interna:** con capitales nacionales y equipos locales, se filma en inglés o español con la esperanza de vender en el exterior y recuperar las ganancias. Los riesgos de la producción son asumidos por los integrantes del proyecto.

El primer caso de financiación externa -durante el período analizado- fue *Jennifer's shadow* (Parés y De la Vega, 2004), también conocida como *The chronicle of the raven*, producida por Etoile Filante Productions (Argentina) e Hybrid Pictures International (EEUU). Los contactos surgieron durante una ronda de negocios *Al-invest*⁸⁰, organizada por la Comisión Europea. Daniel de la Vega y Pablo Parés participaron en un

⁸⁰Más información sobre Al-invest en http://ec.europa.eu/europeaid/where/latin-america/regional-cooperation/al-invest/index_es.htm

casting y fueron seleccionados como directores y guionistas⁸¹ a través de un contrato que establecía de antemano todas las condiciones:

“Fue muy loco porque llegamos a la oficina y a la semana firmamos el contrato, donde figuraba que a los diez días teníamos que entregar el primer borrador del guión, el segundo *draft*⁸² a los cinco días y el tercero a los tres posteriores. Fue mucha presión porque queríamos hacer algo digno. Trabajamos en mi casa con Pablo con dos notebooks. Era un contrato super leonino donde ellos eran dueños de la película y nosotros éramos personal contratado. Cuando terminamos la película ellos se la llevaron y no supimos nada más. Desconozco el destino de la película”. (De la Vega, 2011)

La película tuvo como protagonista a Faye Dunaway, quien viajó a nuestras pampas junto a Gina Philips, conocida por su papel en la película de terror *Jeepers Creepers* (Salva, 2001) e integró a actores nacionales como Nicolás Pauls e Hilda Bernard y a personal técnico nacional. Producida por U\$S 1.000.000, era un proyecto directo-a-DVD filmado en cámaras Panavisión. El filme le dio la oportunidad a estos cineastas de dirigir a Dunaway quien, como cuenta De la Vega, "era capaz de llamar de madrugada a los directores llorando porque no estaba segura de hacer bien las cosas" (Milsztjan, 2007: 28). Luego de

⁸¹Respecto al proceso de selección, Daniel de la Vega señala: “Fuimos parte de un casting de directores. Lo divertido de la anécdota es que Pablo y yo quedamos en este casting porque fuimos los únicos directores que, cuando nos propusieron hacer una película de terror, dijimos sí. Todos los demás presentaron pruritos, y puedo decir que desfilaron los más importantes exponentes del cine argentino por esta producción (...) Estuvimos en el lugar correcto, en el momento indicado, y dijimos lo que el productor quería oír” (De la Vega citado en Conde y Merida, 2008: 58-59).

⁸²*Draft* = borrador del guión.

este proyecto, Daniel de la Vega filmó otra película hablada en inglés, *Death knows your name* (2007), en un contrato de coproducción con una empresa estadounidense (Video Media Editora). El director declaró un gasto de U\$S 15.000, que cubrió la empresa, pero asegura que la empresa se llevó la película y nunca reconoció los gastos de distribución:

“Éramos socios con la productora que vino de afuera. Fue gente sin ética y sin escrúpulos. La película existe y eso es saludable. Yo fui a buscar intereses para hacer una película y conseguí un acuerdo para hacer una determinada cantidad de filmes. La empresa nunca estuvo a la altura de los compromisos asumidos. Jamás me pagaron. Me sirvió como experiencia de aprendizaje”. (De la Vega, 2011)

Este tipo de acuerdo ha dejado desprotegidos a los directores ante empresas fantasmas o fraudulentas. *Death knows your name* (De la Vega, 2007) no fue, sin embargo, la primera película nacional hecha específicamente para el mercado directo-a-DVD. Dos años antes, la productora CyK Films había filmado *Dead line*⁸³ (Esquenazi, 2004) junto al director de *Visitante de invierno* (2008). Su productor, Christian Koruk habla acerca de la película:

“La hicimos en una semana y cuando la terminamos no teníamos forma de comercializarla. Dije vamos a llevarla a Hollywood y toquemos puerta por puerta para venderla. Después de tocar 13 puertas, la vendimos. Después volvimos a Argentina y apareció una pequeña moda de hacer lo mismo: filmar películas de terror en inglés para venderlas afuera. Fue una iniciativa que no salió bien. Es un problema económico. Venderla afuera es más caro que

⁸³También conocida como *Interference* o *Interferencia*.

el mismo presupuesto de la película. Si ponés todo tu dinero en la producción y la terminaste después no la ve nadie”. (Koruk, 2011)

CyK Films luego produjo trabajos de terror similares como *The bone breaker* (Esquenazi, 2005); *Número 8* (Esquenazi, 2007) y *They want my eyes* (Esquenazi, 2009), la última película de la dupla Koruk-Esquenazi; seguidos por *Mala praxis* (López, 2010); y *El nacimiento del mal* (Savignano, 2012). Todas estas producciones fueron filmadas en inglés o dobladas posteriormente. Demián Rugna fue el guionista de dos de estas películas hechas para el mercado anglosajón, *Death knows your name* y *They want my eyes*, pero también incursionó en la dirección con una película hecha a demanda por DSX Films, una empresa distribuidora de películas en Argentina: *The last Gateway* (2007), con pedidos específicos para su venta posterior:

“Me contactó el presidente de DSX Films (...) y me ofreció hacer una película para el mercado extranjero. Él estaba seguro de que tenía unos nichos donde iba a poder venderla. Teníamos un presupuesto determinado. Hicimos una película con determinadas pautas para que se pueda comercializar: que sea hablada en inglés, que tenga un final alternativo y mujeres desnudas”. (Rugna, 2011)

Paula Pollachi también tuvo su experiencia filmando para el exterior, con una productora local -Argentina Druida Films- que apunta al mercado internacional. Con un presupuesto que excedía con creces al que usualmente manejaba (€25.000), pudo realizar una filmación con más recursos:

“El rodaje fue absolutamente profesional, con un camión para poner las luces que se iba y volvía todos los días. Fue una experiencia loca, porque por primera vez no tenía que ir a buscar a nadie. Vos

llegabas y los actores ya estaban ahí. Te tenías que ocupar del encuadre o hablar con el director de fotografía. La posproducción la hice con una amiga, editando y haciendo efectos a la par”. (Entrevista a Paula Pollachi en Conde y Merida, 2008: 92)

Otro tipo de producción es *Dying God* (Lambot, 2008), que Jonathan Risner (inédito) analiza en su artículo sobre la circulación de películas argentinas en territorio estadounidense describiéndolo como un “caso particularmente atractivo de contenidos y producción transnacionales”, ya que es una coproducción franco-argentina, con guión argentino, dirección francesa y actores argentinos, estadounidenses y franceses que hablan en inglés (24). Productos similares son: *The death club* (Merendino, 2008) filmado en nuestro país por un director italoestadounidense, escrito por guionistas argentinos y estadounidenses y coproducida por Aeroplano Cine -que lanzó propuestas de género locales como *Fase 7* (Goldbart, 2011) y *La araña vampiro* (Medina, 2012)] y la estadounidense Straight Edge Productions; *Aparecidos* (Cabezas, 2009), una inversión de capitales españoles, suecos y argentinos con una predominancia de actores y equipo técnico españoles (filmados en Argentina) que aborda el tema de los desaparecidos cruzado con fenómenos sobrenaturales; y *El niño de barro* (Algora, 2007) que muestra a un célebre niño asesino serial argentino, el Petiso Orejudo, con un equipo eminentemente español e inversión local de Patagonik junto a empresas del país ibérico.

Hay muchas otras películas que no han sido orientadas al mercado internacional, aunque han obtenido distribución (serán analizadas en el capítulo 4): *Sadomaster* (Magariños, 2005); *Mala carne* (Forte, 2003); *Run, run, Bunny* (Capri, 2003); entre otras. Se cuentan también casi todas las películas de Pauraflics, que si bien han sido de las más vendidas resguardan los elementos autóctonos nacionales sin intentar (en la

mayoría de los casos) borrar sus huellas locales, tal como explica su productor Hernán Moyano⁸⁴:

“Hace unos diez años atrás era muy difícil que el público americano eligiera una película que tuviera subtítulos ante una película producida en su territorio o en su idioma. Rodar en español jugaba en contra para lograr una distribución internacional amplia. Este hecho cambió muchísimo en los últimos años, y hoy por hoy, continúo apoyando la idea de rodar en nuestro idioma y anclar nuestras historias en lugares bien reconocibles y con temáticas propias de nuestros territorios. Esto hace que nuestras películas tengan particularidades y un color propio, que las diferencia ante el público extranjero”. (Moyano, 2012b)

Los productos de exportación no son homogéneos temáticamente. Mientras la mayoría crea monstruos transnacionales, otros exhiben las huellas argentinas. Así lo señala Jonathan Risner:

La estética de las películas de terror argentinas distribuidas fuera de Argentina no es uniforme. Mientras que algunas películas se jactan del idioma inglés en los diálogos con actores argentinos y con la cultura argentina casi totalmente borrados de la puesta en escena, otras dos películas⁸⁵ con una argentinidad cinematográfica también

⁸⁴La filmación en idioma español y con elementos autóctonos no demuestra la falta de intención de vender al exterior -cómo se explica en *Distribuir una película y no morir en el intento* (Moyano, 2012b). Sin embargo, en este apartado se analizan prioritariamente productos de exportación que modifican las lógicas locales para ser vendidos exclusivamente fuera de la Argentina.

⁸⁵Risner se refiere a *36 pasos* (García Bogliano, 2006) y *Habitaciones para turistas* (García Bogliano, 2004).

han hecho incursiones en mercados extranjeros, especialmente de los Estados Unidos. (Risner, inédito:1)

La identidad suprimida se exhibe también en el uso prioritario del idioma inglés. Esto ha traído problemas a algunos directores, como Demián Rugna (2011) quien relata cómo fue contraproducente para la venta de *The last Gateway* (Rugna, 2007) “porque no todos hablaban un perfecto inglés” y lamenta no haberla hecho en castellano, ya que “la película hubiera tenido otro vuelo”. Para Christian Koruk un buen casting es vital para evitar este problema. En *The bone breaker* (Esquenazi, 2005) y *Dead line* (Esquenazi, 2004) se utilizaron actores estadounidenses de intercambio que estaban viviendo en Argentina. Otra opción es el doblaje posterior:

“Doblamos muchas películas en la posproducción. Mis últimas dos películas las voy a doblar porque el público yanqui no es muy amigo del subtítulo. Tal vez fue un error, las tendría que haber hecho directamente en inglés. Para mí hay que filmar directamente en inglés. Yo no filmo para la Argentina, me parece al pedo a menos que haga la película de Maradona. En la última *-El nacimiento del mal-* me equivoqué y la voy a mandar a subtítular”. (Koruk, 2011)

Para ser vendida en el exterior y obtener un buen contrato de distribución, Koruk resalta la importancia de ciertos requisitos solicitados por muchas empresas para comprar las películas: contratos con el personal artístico y técnico, cesión de derechos de cada integrante de la película, derechos de la película, entre otros (Koruk, 2011). En una economía cinematográfica plagada de informalidad, son requerimientos que no todas las películas pueden exhibir.

Por último, las películas que aspiran a convertirse en películas con distribución internacional muestran presupuestos muy dispares. Liderados por *Jennifer's shadow* (con dinero importado), van de los U\$S 3.000 a los U\$S 1.000.000, como se puede observar en la tabla 17.

PELÍCULA	TIPO DE PRODUCCIÓN	PRESUPUESTO*	LENGUAJE	PRODUCTORA/S
<i>Jennifer's shadow</i> (Parés y De la Vega, 2004)	Coproducción	1.000.000	Inglés	Etoile Filante Productions (Argentina) Hybrid Pictures International (EEUU)
<i>Dead line</i> (Esquenazi, 2004)	Financiación nacional	3.000	Inglés	CyK Films (Argentina)
<i>The bone breaker</i> (Esquenazi, 2005)	Financiación nacional	6.000	Inglés	CyK Films (Argentina)
<i>Director's cut</i> (Findling, 2006)	Financiación nacional	Sin datos	Inglés	1971Cine/ Findling Films (Argentina)
<i>Death knows your name</i> (De la Vega, 2007)	Coproducción	15.000	Inglés	Video Media Editora (EEUU) Furia Films/ Buenos Aires Rojo Shocking (Argentina)
<i>Número 8</i> (Esquenazi, 2007)	Financiación nacional	20.000	Español (a doblar en posproducción)	CyK Films
<i>Inzomnia</i> (Pollachi, 2007)	Financiación nacional	33.000 ⁸⁶	Español	Argentina Druida Films (Argentina)

⁸⁶€25.000.

PELÍCULA	TIPO DE PRODUCCIÓN	PRESUPUESTO*	LENGUAJE	PRODUCTORA/S
<i>Left for dead</i> (Pyun, 2007)	Coproducción	98.000	Inglés	Findling Films (Argentina) Sophia Productions (EEUU)
<i>The last gateway</i> (Rugna, 2007)	Financiación nacional	50.000	Inglés	DSX Films (Argentina)
<i>Breaking Nikki</i> (Findling, 2008)	Financiación nacional	Sin datos	Inglés	1971Cine (Argentina)
<i>The death club</i> (Merendino, 2008)	Coproducción	650.000	Inglés/ Español	Aeroplano Cine (Argentina) Straight Edge Productions (EEUU)
<i>Dying God</i> (Lambot, 2008)	Coproducción	500.000	Inglés	Metaluna Productions (Francia) Buenos Aires Rojo Shocking (Argentina)
<i>They want my eyes</i> (Esquenazi, 2009)	Financiación nacional	20.000	Inglés	CyK Films (Argentina)
<i>Mala praxis</i> (López, 2010)	Financiación nacional	8.000 ⁸⁷	Español (a doblar en posproducción)	CyK Films (Argentina)
<i>El nacimiento del mal</i> (Savignano, 2012)	Financiación nacional	16.000 ⁸⁸	Español (a doblar en posproducción)	CyK Films (Argentina)

Tabla 17. Películas dirigidas al mercado internacional: tipos de producción, presupuesto y lenguaje.

Fuente: elaboración propia en base a datos proveídos por los directores y productores.

*Datos expresados en dólares estadounidenses.

⁸⁷\$ 35.000.

⁸⁸\$ 70.000.

En definitiva, el mercado internacional pareció un buen negocio para el terror argentino por un tiempo. Explotó a mediados de la década de 2000 y parece haberse retraído momentáneamente a la espera de ver las nuevas reglas de juego. Uno de los directores más importantes de la movida, Adrián García Bogliano (2011a), explica que aún hay esperanzas para el horror de exportación mientras aumentan los canales de venta:

“El mercado ha cambiado mucho. Se dejaron de producir cámaras de cine, muchas cadenas a nivel mundial están cambiando a exhibir en DCP⁸⁹, el DVD está en las últimas, el *Blu-ray* está dando manotazos de ahogado... Creo que es importante entender que hay muchas posibilidades en el mercado internacional y no hay que limitarse únicamente a mostrar la película en Argentina y en un puñado de festivales. Hay montones de posibilidades de distribución no sólo para terror sino para el world cinema, dentro del cual se pueden enmarcar muchas producciones independientes argentinas. Las posibilidades son ilimitadas...”.

3.6. Estéticas argentinas: ¿existe el estilo nacional?

“Todos tenemos un lenguaje común, estamos muy atrapados en los libros, series o películas que nos gustan y nos dan placer. Lo que producimos está muy afectado por ese contexto. Pero en el medio no dejamos de ser argentinos aunque todavía no hay una identidad nacional. Hay una iconografía muy anglosajona”. (De la Vega, 2011)

⁸⁹Digital Cinema Package (exhibición digital).

El cine de terror japonés que triunfó a finales de la década de 1990 e inicios de 2000 tenía una serie de rasgos estilísticos marcados: historias de fantasmas, sugerencia y sangre. Fue una estética exportada a EEUU y Europa que modificó muchas de las tendencias reinantes en el género de terror, si bien se exhibieron películas aisladas y no filmografías completas (Ver punto 1.5). La filmografía argentina de terror ha sido bautizada por algunos periodistas extranjeros como *A-horror* (Newbery, 2010), aludiendo al movimiento japonés. Sin embargo, las estéticas y temáticas argentinas son tan variadas que es difícil encontrar una serie de rasgos más o menos presentes que identifiquen en el exterior a la marca argentina. Así lo indica Elián Aguilar (2011a):

“Acá no tenemos una estética definida. Los temas y el modo de la narración son un Frankenstein entre el gusto personal del director, las películas de los ‘80 de las que uno se alimentó un montón, el cine de Lucrecia Martel que te terminó metiendo la universidad en la cabeza que era lo bueno, el cine japonés que terminó siendo la bomba y todos teníamos que copiar, y esa idea de los medios que te obligan a encasillarte o a encolumnarte en eso para llegar a buen puerto con la producción. Ninguna película se parece con ninguna”.

Lo que Aguilar plantea como los ingredientes del cóctel de terror argentino son tres variables principales. En primer lugar, el gusto personal del director por determinados subgéneros o temáticas, en general externos a nuestra idiosincrasia. Mientras Javier Diment (2011a) señala que el movimiento tiene “marcas personales más que globales” muchas de sus películas son una cruce de subgéneros que combinan una búsqueda intelectual, por un lado, y un amor por el género de terror. Un caso es la miniserie *Beinase. El sentido del miedo* (Diment, 2007) que com-

bina el policial negro con el terror. Su postura frente al género lo ha dejado en una zona gris: “para los fanáticos del género soy demasiado reflexivo e intelectual y hago cine de autor. Y para la gente que hace cine de autor, soy un grasa del cine de terror” (Diment, 2011a).

El terror es como una cofradía exclusiva que se burla de los que odian al género o se deslizan por las vertientes más sutiles⁹⁰. Así lo expresa Adrián García Bogliano, filmando películas donde no hay medias tintas: la sangre explota en la pantalla y no hay lugar para la risa, es terror en estado puro:

“A mí me excita mucho hacer propuestas que intenten desconcertar a todos los que odian al género y tratar de tumbar los lugares comunes de la crítica que luego se convierten en lugares comunes a nivel masivo. Entre los lugares comunes está por ejemplo lo de *a mí me gustan las películas que no muestran nada*. Cuando uno pregunta *¿ah, sí? ¿Cómo cuáles?*, cada dos por tres sale alguien diciendo *como Hitchcock*. Y ahí te das cuenta de cómo se extienden conceptos totalmente erróneos...”. (García Bogliano, 2011a)

La provocación es una constante en las producciones: Diment agrega su gusto por “generar impacto y provocación visual de un modo muy natural y orgánico con el relato”, mientras Alejo Rébora de Sarna Producciones hace que sus películas sean un *cross* a la mandíbula con penes de plástico y escatología por doquier:

⁹⁰Su fanatismo se define como una transformación afectiva que los diferencia de aquellos que no consumen miedo y sangre, lo cual los acerca como comunidad: “En el mundo de los fans del terror (...) se supone que los no fans son afectados, asustados o aterrados, mientras que todos los fans son capaces de soportar estoica y heroicamente las películas del terror al tiempo que exhiben su capital cultural como fans” (Matt Hills en Jenkins, 2009: 35).

“Hacemos algo de ruptura. El objetivo de este colectivo es llevar el estilo *sarna* a cualquier cosa. En algún momento tiramos hacer terror porque podíamos llegar a molestar a alguien. Después, *Hostel* mediante y *El juego del miedo*, el terror y el *gore* se tornaron algo común. Dijimos: bueno, la sangre ya fue, no cumple el sentido de molestar. Y empezamos a hacer algo más escatológico y después tendremos que buscar otra cosa”. (Rébora, 2011)

Asimismo, el horror como inoculación foránea se muestra en la influencia de los directores: “seguimos siendo representación de películas que vimos y nos gusta mucho” con “una iconografía muy anglosajona”, tal como indica Daniel de la Vega (2011). Y agrega Gustavo Mendoza (2011): “nadie se ha molestado en recurrir a las cosas tradicionales o leyendas propias del país. No se ha hecho algo local, más que pensar en EEUU”⁹¹. Así se ve en *Plaga zombie* (Páres y Sáez, 1997) a los personajes hablar en castellano de pretensiones neutras similar al de los doblajes de las películas estadounidenses de la época. Por esa razón, muchas veces los homenajes a los productos, principalmente anglosajones, son sátiras y parodias que nunca llegan a un registro puro del género⁹² como las películas de Farsa Producciones y de Gorevisión.

Si bien hay variaciones en muchas temáticas y posturas, la oposición al Nuevo Cine Argentino y al cine con compromiso social es un voto unánime de todos los directores. Alfredo Alfonso (2005: 119) define al NCA como “un cine que es la expresión de una sociedad en crisis” que muestra las ansiedades de una generación de cineastas, con “diferentes estilos y angustias, una innegable índole realista, y el espesor

⁹¹Este tema ha sido analizado más profundamente en el capítulo 2.

⁹²Este tema ha sido analizado más profundamente en el capítulo 2.

de una escritura fílmica que confronta a una inmensidad de artilugios del lenguaje cinematográfico” (Alfonso, 2005: 119).

Instaurada como un realismo sucio que inaugura *Rapado* (Retjman, 1991), es un “cine social” (Amatriain, 2009: 61) que tiene una “fascinación por el margen” (Oubiña citado en Amatriain, 2009: 61). La confrontación a este cine es una de las premisas fundamentales del movimiento que señala que en el cine argentino “hay mucho bodrio, ganan muchos premios pero la gente no quiere ver eso” (Magariños, 2011a), y que “hay una prepotencia del cine arte” (Aguilar, 2011a). Daniel de la Vega aclara:

“No es que el Nuevo Cine Argentino esté mal. Sino que no hay un balance. No podés hacer una de terror argentina. Inclusive hay un rechazo. Hay un recambio generacional y mucha gente está queriendo hacer cine de género. Andá al BAFICI a ver qué es la independencia. ¿Cuál es el criterio para una película independiente? ¿Qué es más independiente que una película de Farsa? Es mucho más que cine independiente. Dentro del cine independiente, los de género, por lo menos, tienen la aspiración de llegar a la gente”. (De la Vega, 2011)

Los cineastas de terror argentino rechazan al cine realista y esperan que “el espectador se divierta” (Diment, 2011a). Esa obstinación por evitar el análisis social y crear imágenes de ficción ha marginado una de las temáticas más recurrentes del cine desde la vuelta de la democracia: el terrorismo de estado⁹³. La mayoría de los directores

⁹³Ha sido tratado en películas como *Los chicos de la guerra* (Kamín, 1984), *La historia oficial* (Puenzo, 1985), *La noche de los lápices* (Olivera, 1986), *Tiempo de revancha* (Aristarain, 1981), *Plata dulce* (Ayala, 1982), *Tangos, el exilio de Gardel* (Solanas, 1986) y las más recientes *Garage Olimpo* (Bechis, 1999), *Iluminados por el fuego* (Bauer, 2005), *Kamchatka* (Piñe-

pertenece a la generación que vivió su infancia durante la vuelta a la democracia. El abordaje del tema en el género de terror no es literal ya que “cualquier intento de interpretar legiblemente una película de horror argentina como una proyección de la guerra sucia encuentra obstáculos” (Risner, En imprenta: 2). Hasta inicios de 2012, sólo dos películas lo hacen ostensiblemente: *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b) pone en escena a dos torturadores militares que perfeccionan explosivos para atormentar a jóvenes captados a través de chats falaces; mientras *Malditos sean!* (Rugna y Forte, 2011) ubica en una de sus tres historias de hechicería a un grupo de tareas de la policía de la dictadura que intenta recuperar a un cabo arrebatándose a unos codiciosos enanos de jardín. El resto de la producción parece responder a “una suerte de saturación sobre la guerra sucia” (Risner, En imprenta: 8) como agrega Demián Rugna:

“A la hora de hacer cine de terror en Argentina, lo natural sería abordar los terrores propios de nuestra sociedad: la dictadura militar, los desaparecidos. Pero la mayoría de las películas esquivan ese tema y prefieren abordar lo contrario. Es una respuesta desde el cine de género argentino al cine nacional. Te lo digo yo que mi última película *Malditos sean!* parte de una parodia a una situación durante la dictadura militar (...) Esa forma de pensar el cine en Argentina como un único tema y dejar a los géneros marginados hizo que los realizadores de cine de terror no quieran abordar la temática de la dictadura. Desde nuestra perspectiva, esas películas se contraponen a las ganas y las necesidades de filmar terror”. (Rugna, 2011)

yro, 2001) y *El secreto de sus ojos* (Campanella, 2009).

Un hecho más cercano al contexto argentino puede explicar la producción de terror argentino como una función de catarsis: la crisis de 2001 que mostró a la sociedad nacional en una fractura política, social y económica. Las imágenes de los saqueos a los supermercados, la violencia y las bolsas de basura revueltas por decenas de familias en busca de alimentos fueron exploradas directamente por cine y la televisión, tal como plantea Alfredo Alfonso (2005). Los “registros documentales de situaciones callejeras, rostros y zonas geográficas de la ciudad que potencian la naturaleza de las acciones” (124) se exhiben sin tapujos en el Nuevo Cine Argentino, la televisión y el movimiento documentalista de la época. Sin embargo, son vestigios escondidos en el género de terror nacional donde se muestra una “cultura herida”, como define Mark Stelzer (1998) a EE.UU. en relación a su producción de horror cinematográfico. Puede pensarse algo análogo respecto al terror argentino. La mayoría de las películas nacionales no están habitadas por monstruos sobrenaturales que vienen de espacios externos sino por un festival de sangre y *gore* infligida por bestias autóctonas (asesinos, vampiros y zombis) en un sadomasoquismo cinematográfico y social:

“La representación espectacular de cuerpos violados, atravesada por explicaciones oficiales, académicas y de los medios de comunicación en aumento, tanto en la ficción y en las películas, ha funcionado como una manera de imaginar y situar nuestras nociones de la identidad de lo público, lo social y lo colectivo. Esta exhibición compone una esfera pública patológica, nuestra cultura herida”. (Seltzer, 1998: 21)

La argentinidad expuesta en los filmes es también una clave que aparece ausente en muchas películas. Tal como señala Jonathan Risner

(inédito), *36 pasos* (García Bogliano, 2006) y *Habitaciones para turistas* (García Bogliano, 2004) muestran iconografía nacional desde las locaciones, las temáticas y los personajes. También lo hacen otras como *Sadomaster* (Magariños, 2005) o *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008). Sin embargo, la gran mayoría muestra una nacionalidad borrada con el propósito de alcanzar un mayor público fuera de las fronteras nacionales.

Más allá de temáticas, muchos de los directores parecen unidos por modos de producción. Mientras la mayoría de las películas continúa bajo el velo de la producción subterránea, subyace una estética *amateur* condicionada por las rutinas productivas que hacen acopio de las herramientas que tienen a mano:

“(El terror argentino) tiene valores de producción comunes en cuanto a las locaciones, el presupuesto. Muy pocas logran salir de una imagen o de una textura *amateur* y no todas son primeras películas (...). Muchos disminuyen las locaciones para ponerle más pilas a la cuestión más técnica. Tenemos muchos actores pero usamos actores *amateurs* también. Hay cosas muy terribles y otras que están muy buenas. Vamos mejorando de a poco”. (Pollachi, 2011)

En resumen, el terror argentino carece de marcas estéticas comunes, que responden más a criterios personales que a una identidad local. Es un género que no se define por sí mismo sino en contraposición a lo que no quiere ser: aburrido, lento y realista, como ve y define al cine argentino de la década analizada. Y que mira hacia afuera para alimentarse, como indica Demián Rugna (2011): “nosotros seguimos contestando al cine que no queremos hacer (...) con influencias del cine estadounidense”. Marcado por los modos de producción que definen a la mayoría de las películas, exhibe una iconografía *amateur*,

en muchos casos, debido a los pocos recursos que tiene a mano. Sin embargo, esto no detiene a la máquina de producir sangre para la pantalla que sigue funcionando con ideas, talento y una ambición común: que el cine de terror llegue a los espectadores argentinos.

3.7. Consideraciones finales del capítulo

Hacia inicios de la década de 2000, una nueva generación de cineastas se abocó a un proyecto inédito: poblar las pantallas locales de imágenes de terror *made in Argentina*. Una década antes se habían dado las condiciones para fertilizar la semilla del mal. En primer lugar, surgieron ámbitos que alimentaron de horror a una generación de jóvenes: cineclubs, ciclos dedicados al género, videos especializados y ciclos televisivos (especialmente *Sábados de super acción* por Canal 11). Asimismo, surgió un *boom* en nuestro país de escuelas y carreras de cine que capacitan el ojo cinematográfico de los directores. Por último, las nuevas tecnologías permitieron filmar y editar cine de forma casera y económica con una cámara digital y una computadora hogareña.

Así fue como con pocos elementos se empezaron a construir monstruos de cartulina en los márgenes de la industria. Una producción *amateur* que financiaba sus propias películas y creaba Frankensteins cinematográficos con tormentas eléctricas de creatividad, ansias y empuje. Muchos de ellos posaron sus ojos en los huracanes del norte y quisieron crear asesinos de exportación que hablaban tanto en inglés como en castellano y terminaban convirtiéndose en cajitas de DVD. Otros fueron más impetuosos y anhelaron ser mojados por una lluvia nacional que salpicaba solamente proyectos de cine arte y de compromiso social. Aunque los pronósticos indicaban que los cielos nunca se

abrirían para las películas nacionales de terror, sucedió lo imprevisto y cuatro filmes salieron a la luz con financiación del INCAA mientras otros esperan estreno en salas. Tuvieron que aprender las reglas del juego pero lograron crear imágenes de calidad y mayor presupuesto.

En una marea que lleva y trae casi 100 largometrajes no hay marcas comunes. La creación de fantasmas nacionales responde a búsquedas personales y se define oponiéndose a una producción con la que no se identifica: la del omnipresente Nuevo Cine Argentino. El terror nacional, como lo hiciera antaño, mira hacia EE.UU. (Europa y Asia) y sueña con lograr lo mismo: ser un referente del género mundial.

| CAPÍTULO 4 |

Distribución especializada: VideoFlims, SRN Distribution y el mercado de DVD internacional

Luego de años de rodaje y esfuerzo, varios directores del género se dan cuenta de que la película de terror está por comenzar. Mientras la producción es una fase difícil, la distribución y exhibición son misiones imposibles para los cineastas independientes. Una alta concentración de capitales transnacionales genera una barrera que sólo se abre para productos extranjeros y unos pocos elegidos nacionales. Las películas de horror argentino comenzaron a rebasar ese embudo y encontraron salidas de emergencia alternativas para mostrar que no sólo en EE.UU. se filma miedo para las pantallas: una distribución nacional especializada (VideoFlims y SRN Distribution), una comercialización en salas limitada a las películas financiadas por el INCAA, el mercado directo-a-DVD internacional y la distribución digital. El objetivo de este capítulo es analizar los problemas que enfrenta la producción de género nacional una vez que sale al mercado y sus principales ventanas de distribución con el fin de determinar sus canales de retorno económico.

4.1. Distribución de terror en Argentina: un espacio de poder

Las empresas distribuidoras actúan como agentes intermediarios entre la producción y la exhibición. Compran o representan los dere-

chos de las películas para su comercialización en salas de cine del país y/o del exterior. También pueden negociar ventas, previo acuerdo de los productores en otras ventanas de comercialización, como la televisión o el video” (Getino, 2008: 316).

La distribución se ha considerado usualmente un espacio neutral de transmisión de productos culturales. Sin embargo, distribución se ha convertido en el punto clave de poder y ganancia, en donde las empresas tienen la potestad de decidir qué tipo de acuerdo establecer, como afirma Garnham (1990: 162). Son los distribuidores los que deciden en última instancia que material será exhibido, en qué momento y bajo qué condiciones (Lobato y Ryan, 2010). Cones (1997: 33) señala que “el distribuidor generalmente tomará ventaja en la negociación con el productor y tratará de imponer un contrato oneroso para el productor”. Esta situación se acentúa por el alto grado de concentración que muestra el mercado de la distribución a nivel mundial⁹⁴. En Argentina, la situación no es diferente como se ve en la tabla 18.

DISTRIBUIDOR	RECAUDACIÓN*	PARTICIPACIÓN	PELÍCULAS NACIONALES	PELÍCULAS EXTRANJERAS
The Walt Disney Company Argentina S.A	163.042.325	25,45%	2	12
United International Pictures S.R.L.	144.760.713	22,60%	0	20
Warner Bros (South) Inc.	107.570.834	16,79%	0	17

⁹⁴Este tema ha sido analizado más profundamente en el capítulo 3.

DISTRIBUIDOR	RECAUDACIÓN*	PARTICIPACIÓN	PELÍCULAS NACIONALES	PELÍCULAS EXTRANJERAS
Fox Film de la Argentina S.A.	68.048.469	10,62%	0	11
Distribution Company Argentina S.A.	35.075.527	5,47%	8	27
Sony Pictures Releasing Gmbh Suc Arg	34.114.487	5,32%	1	19
Alfa Films S.A	33.661.887	5,25%	0	27
Primer Plano Film Group S.A.	17.132.969	2,67%	30	13
Diamond Films S.A.	13.331.071	2,08%	0	9
Energía Entusiasta S.A.	12.158.514	1,90%	0	6
Compañía Distribuidora Independiente S.A	3.993.676	0,62%	0	10
Telexcel S.A.	2.537.794	0,40%	0	9
Zeta Films S.R.L.	1.728.078	0,27%	0	7
Argentina Sono Film S.A.	615.175	0,10%	1	0
Aries Cinematográfica Argentina S.A.	530.647	0,08%	1	0
IFA Argentina De Andrés R. Porta	502.805	0,08%	0	4
Mirada Distribution S.R.L.	342.777	0,05%	0	5
Azpeitia Cine S.R.L.	280.739	0,04%	1	1
Digicine S.A.	225.217	0,04%	0	9
Malkina S.R.L.	148.480	0,02%	1	0

Tabla 18. Recaudación y origen de las películas por distribuidor en Argentina (estrenos 2010)

Fuente: Anuario INCAA 2010 (2011a: 48 y 52). *Datos expresados en pesos argentinos.

Walt Disney Company, United International Pictures (Universal + Paramount + MGM), Warner y Fox agrupan el 75,46% de la distribución. La globalización del mercado estadounidense se evidencia en la inserción de capitales del país del norte que controlan la ubicación de los productos extranjeros y nacionales. Las empresas de capitales nacionales, como Distribution Company y Primer Plano Film Group, recién aparecen con un 6% de la participación total cada una.

Las compañías estadounidenses en la Argentina sólo distribuyen productos de probado éxito comercial y películas de sus propias subsidiarias. Este dato se evidencia en la distribución de películas por origen, mostrando en la tabla 18 que, a excepción de Walt Disney y Sony que comercializaron un total de 3 películas argentinas en 2010, los capitales transnacionales hacen circular filmes foráneos ya que “las inversiones de las empresas de distribución extranjeras y el encadenamiento productivo con la actividad local son muy poco relevantes” (Perelman y Selvach, 2004: 81), a la vez que tienen una proporción dominante en la recaudación⁹⁵. Su operatoria muestra la venta de paquetes de películas integradas por películas taquilleras y otras de menor convocatoria (Perelman y Selvach, 2004). Distribution Company y Primer Plano Film Group son las encargadas de distribuir cine independiente internacional y las principales gestoras de los productos nacionales. Sin embargo, no actúan en condiciones igualitarias. Apenas poseen un 14,74% de las pantallas frente al 58,65% que concentran las cuatro compañías distribuidoras más importantes (INCAA, 2011a). Asimismo, su modo de

⁹⁵Desde 2012, la situación en la Argentina comenzó a modificarse y las distribuidoras internacionales comenzaron a comercializar películas argentinas desplazando a las empresas nacionales.

trabajo las diferencia de las subsidiarias ya que realizan un proceso de selección por película (Perelman y Selvach, 2004).

Durante la década, se distribuyeron 128 películas de terror en Argentina de diversos orígenes (Ultracine, 2011b). No existen compañías que se especialicen en el género aunque la empresa argentina Distribution Company lidera la lista con 20 películas en el decenio, según se ve en la tabla 19.

NOMBRE	CANTIDAD
Distribution Company	20
United International Pictures/ Universal	16
Buena Vista International/ Disney	13
Fox Film de la Argentina	13
Warner Bros South Inc.	10
Alfa Films	10
Sony Columbia Tristar Films	10
CDI Films	7
Pachamama Films S.A.	6
Primer Plano Film Group	4
Quasar Films	4
Eurocine S.A.	3
Energía	2
Cine 3 S.A.	2
Impacto	2
Diamond Films	1
Líder Films	1
Metro Goldwyn Meyer	1
Mirada Distribution S.R.L.	1
Nu Vision	1
Transocean Films S.A.	1
791 Cine	1
Total	129

Tabla 19. Películas de terror distribuidas por empresa en Argentina. 2000-2010.

Fuente: elaboración propia en base a Ultracine (2011b).

Los números expuestos en la tabla 19 Tabla 19 convierten a Distribution Company en comercializadora de películas de nicho. Su perfil como distribuidora de cine estadounidense independiente, especialmente de New Line Cinema⁹⁶ [responsable de títulos como la saga de *Pesadilla* (1984, 1985, 1987, 1988, 1989, 1991, 1993, 1994, 2003, 2010) y la más actual franquicia de *Destino Final* (2000, 2003, 2006, 2009)] la hace una explotadora natural de los productos de horror estadounidense de bajo presupuesto. El resto de las empresas distribuyen las películas de género de sus propias subsidiarias. Un ejemplo son las de Universal y UIP (todas de las productoras Paramount y Universal): *La momia regresa* (Sommers, 2001); *El juego de los espíritus* (Adams, 2002); *La llamada* (Verbinski, 2002); *Van Helsing, el cazador de monstruos* (Sommers, 2004); *La llamada 2* (Nakata, 2005); *Tierra de los muertos* (Romero, 2005); *Doom: la puerta del infierno* (Bartkowiak, 2005); *1408* (Håfström, 2007); *Hannibal, el origen del mal* (Webber, 2007); *El ojo del mal* (Moreau y Palud, 2008); *Viernes 13* (Nispel, 2009); *La profecía del no nacido* (Goyer, 2009); *Arrástrame al infierno* (Raimi, 2009), *El hombre lobo* (Johnston, 2010); *Actividad paranormal 2* (Williams, 2010); *La reunión del diablo* (Dowdle, 2010); y *Los ojos de Julia* (Morales, 2010)⁹⁷.

El cine de terror argentino está excluido del circuito de las empresas distribuidoras para exhibición ya que es casi inexistente la comercialización en salas del circuito comercial nacionales. La única excepción durante el período analizado (2000-2010) es *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008) distribuida por Primer Plano Film Group. A esta película se suman las estrenadas durante 2011 y 2012: *Sudor Frío* (Gar-

⁹⁶Fuente: <http://www.distribution-company.com/empresa.asp>

⁹⁷Fuente: Ultracine (2011b).

cía Bogliano, 2011b) distribuida por Walt Disney; *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) comercializada por Primer Plano Film Group; y *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012), por Cinemagroup⁹⁸. Lo cual muestra que el estado no tiene acciones eficaces “para modificar la excluyente y miope configuración por el lado de la distribución, y realiza esfuerzos insuficientes y *antiguos*, por el lado de la exhibición” (Campero, 2009: 15). El enfoque estatal en la producción es una constante de las políticas proteccionistas en todo el mundo, como analizan Ryan y Lobato:

Si bien la distribución es el segmento más importante en la cadena de valor, las políticas de subvención de cine suelen apoyar la producción a pesar de que la película más fuerte puede ser un fracaso de taquilla sin una campaña de marketing igualmente fuerte y el respaldo de un distribuidor importante. (Lobato y Ryan, 2010: 14)

Visitante de invierno (Esquenazi, 2008), *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) y *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012) fueron distribuidas por empresas nacionales. En estos casos, los resultados afectan al productor, ya que muchas veces se hacen acuerdos en base a porcentajes de recaudación (Perelman y Selvach, 2004: 79). *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b) es un caso excepcional: única vez -al momento de edición de este libro- que una subsidiaria estadounidense distribuye una película argentina (Hernán Moyano en Arahuate, 2011). Producida por el INCAA, fue presentada por Pampa Films⁹⁹ -de muy buenas

⁹⁸No han sido analizadas *Cabeza de pescado* (Massaccesi, 2009) por ausencia de datos sobre su estreno y distribución ni *La segunda muerte* (Fernández Calvete, 2012) que al momento del cierre de esta publicación sólo fue estrenada en el BAFICI.

⁹⁹Los integrantes de Pampa Films son Pablo Bossi, socio y fundador de Patagonik Group; Filmmax Entertainment con capitales españoles; y Juan Pablo Buscarini, también ex integrante de Patagonik. Fuente: <http://www.pampafilms.com.ar/es/accionistas.html>

relaciones con Disney- en asociación con Telefé para el lanzamiento. No sorprende que *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b) haya sido la única película con éxito comercial, ya que pudo aliarse con empresas líderes del mercado nacional que manejan las ventanas de exhibición y promoción. La película fue capaz de explotar las ventajas de una alianza con una distribuidora internacional: “una red de distribución mucho más amplia, un aparato de prensa más poderoso y una eventual proyección al extranjero en el caso que la película sea exitosa” (Perelman y Selvach, 2004).

En esta etapa, la concentración y transnacionalización de capitales provoca un cuello de botella que a muchas películas les hace imposible llegar al público. La distribución con fines comerciales sigue siendo un problema que suele provocar la ira de muchos directores y ha llegado a causar trifulcas. Al respecto, declara Daniel de la Vega:

“Los distribuidores en Argentina son inmobiliarias de la peor calaña. No ponen un mango por la película, te piden que vos pongas la plata para la distribución. Hay que pagar por cada copia que se distribuye. No ponen un centavo y encima te piden que cambies el nombre o el afiche. Son intermediarios que además te cobran el 50% de tus ganancias. Y si ponés toda la plata, tampoco tenés garantías de estrenar en una fecha determinada”. (De la Vega, 2011)

Una de las desventajas de la negociación con las distribuidoras es la imposibilidad de fijar fechas o salas o evitar la concurrencia con *tanques* estadounidenses (Perelman y Selvach, 2004). *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008) fue estrenada en abril, *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b) y *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012) en febrero y *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) en noviembre, épocas de baja concurrencia a las salas.

En la Argentina hay otras ventanas de comercialización de menor proporción monetaria. Uno de los casos es la venta de derechos de comercialización para televisión que tiene un papel marginal porque los canales compran paquetes de películas estadounidenses adquiridas en ferias internacionales (Perelman y Selvach, 2004: 67). Sin embargo, la apertura de la señal INCAA TV abrió las posibilidades para las películas argentinas. Muchos directores vendieron sus materiales o están en proceso de hacerlo: *Sodomaster* (Magariños, 2005), *Habitaciones para turistas* (García Bogliano, 2004), *36 pasos* (García Bogliano, 2006), *No moriré sola* (García Bogliano, 2007) y *Plaga zombie* (Páres y Sáez, 1997) son algunos ejemplos. Los ingresos por esta vía son poco significativos: \$ 4.000 (Forte, 2011).

El cuello de botella en la etapa de la distribución para exhibición en salas abre levemente el juego en el mercado de DVD, uno de los favoritos del terror. Analizaremos esta etapa en el próximo punto.

4.2. Mercado de video hogareño: distribución especializada

Desde los inicios del mercado de video hogareño, el terror ha sido uno de los géneros más explotados. Argentina no ha sido la excepción ya que es uno de los géneros más comercializados. Principalmente circulan títulos estadounidenses; la distribución de las películas nacionales es minoritaria, pero encuentra salida en algunas apuestas esporádicas de compañías nacionales y transnacionales, y principalmente en empresas de nicho como VideoFlims y SRN Distribution.

4.2.1. El terror argentino toma forma de DVD

Durante los últimos años, el video hogareño y el DVD se han convertido en otra posibilidad de comercialización. Según la Unión Ar-

gentina de Videoeditores (2007), el mercado total del video (incluido el mercado informal) maneja, desde el punto de vista del gasto del consumidor, aproximadamente, \$ 600.000.000 anuales. Los agentes principales de comercialización de DVD y VHS hogareños son:

Empresas distribuidoras: grandes compañías cinematográficas que comercializan en DVD o video los títulos que fueron exhibidos en sala o realizados especialmente para este formato.

- Empresas editoras: editan, promueven y comercializan las películas cedidas por las distribuidoras o aquellas cuyos derechos adquieren.
- Empresas productoras: producen los títulos y ellas mismas se encargan de la distribución.
- Videoclubes o puntos de venta: compran los títulos para su alquiler o venta.
- Fabricantes de equipos e insumos.
- Técnicos y trabajadores.

En el mercado local las *majors* representan entre el 50 y el 60% de los títulos, los independientes el 15% y las editoras de videos para adultos entre el 30 y el 35% (Getino, 2009: 87). Si se estima que más del 50% de los hogares en Argentina cuenta con reproductor de DVD, la demanda exigió a los productores y sellos editores la producción de casi 5.000.000 de videogramas al año (según datos de 2007) para alquiler (834.099 unidades) y venta directa (4.122.173 unidades) (SINCA, 2012). La comercialización de VHS va camino a la extinción, ya que en 2007 significó solamente el 2% de las ventas y el crecimiento del sector se reflejó en la cantidad de títulos editados que aumentó un 130% desde 1994 a 2007 (SINCA, 2012). En el mercado nacional, el género

del terror tiene una porción del 12,5% con 61 títulos editados, datos que lo ubican en la 4ª posición del *market share*, según se muestra en la tabla 20.

GÉNERO	TÍTULOS EDITADOS	%
Drama	122	25,0%
Comedia	103	21,1%
Suspense	62	12,7%
Terror	61	12,5%
Acción	60	12,3%
Aventura	10	2,0%
Otros	70	14,3%
Total	488	100,0%

Tabla 20. Video. Estrenos editados por género para el alquiler en Argentina. Año 2007.
Fuente: SINCA (2012)¹⁰⁰.

Las estadísticas exhibidas no discriminan los títulos por origen. La mayoría de los títulos nacionales de terror van directo al mercado de DVD, luego de su exhibición en salas y espacios alternativos. Sin embargo, un 30% de las películas producidas en la última década no fueron distribuidas a través de VHS o DVD, tal como muestra el gráfico 2.

Estos datos suman informalidad a la circulación de películas de terror nacionales. Al hecho de que su distribución sea especialmente dificultosa en territorio nacional, se le suma que muchos largometrajes nunca son editados. En el caso del género, el mercado de videogramas

¹⁰⁰La venta directa de unidades comprende a las realizadas en locales minoristas -fundamentalmente kioscos de diarios y revistas- pero también incluye otras formas de comercialización, como grandes tiendas, disquerías, hipermercados, etc.

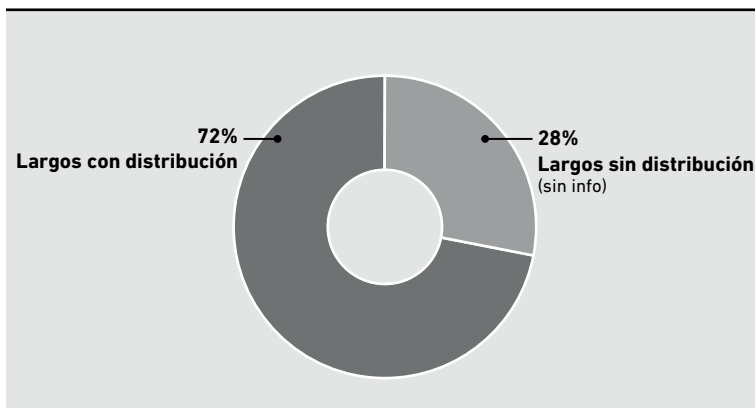


Gráfico 2. Porcentaje de títulos de terror distribuidos en Argentina en DVD o VHS. 2000-2010.

Fuente: estadísticas propias en base a publicación de las productoras y distribuidoras.

es uno de los recursos casi exclusivos (además de la financiación estatal en contados casos, la venta de derechos a distribuidoras internacionales y la asistencia rentada a otros proyectos). Esto genera que una cantidad de películas no disponga de un circuito que le permita el retorno de la inversión para una nueva producción.

Muchas películas son comercializadas por las empresas productoras, que venden directamente al público sus productos. Esta operatoria alcanza al 14% de las producciones. Aunque les otorga una disminución de costos y comisiones de agentes intermediarios, limita el éxito de las ventas netas porque disminuye el poder de negociación en los circuitos de distribución comercial. En otros casos minoritarios, los títulos de horror son distribuidas por empresas nacionales o transnacionales de gran alcance comercial como AVH [*El niño de barro* (Algora, 2007)]; Pam-

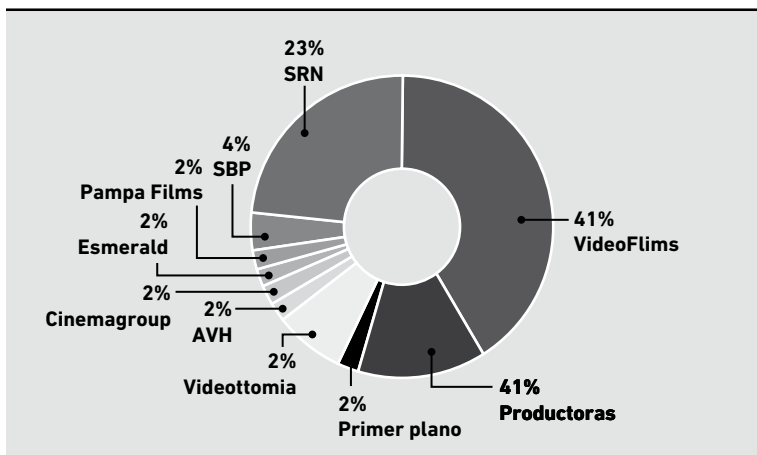


Gráfico 3. Distribución en DVD por empresa. 2000-2010.

Fuente: estadísticas propias en base a publicación de las productoras y distribuidoras.

pa Films [*Sudor frío* (García Bogliano, 2011b)]; Primer Plano Film Group [*Enamorada de la muerte* (Puig, 2005)]; SBP [*Aparecidos* (Cabezas, 2009) y *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008)]; Emerald [*Los inquilinos del infierno* (Leibovich y Varela, 2004)]; y Cinemagroup [*Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012)]. La ventaja para las películas financiadas por el INCAA es que a los ingresos por la venta de copias pueden sumar el subsidio por pasaje a medios electrónicos (INCAA, 2011d)¹⁰¹. Sin embargo,

¹⁰¹Por el pasaje a medios electrónicos, los productores reciben el 70% del costo de la película hasta un tope de 35% del valor del costo medio reconocido por el instituto, \$ 1.250.000 (antes era cercano a \$ 600.000 pero se redujo a \$ 437.500). De los números anteriores se desprende, que, más allá de la posibilidad eventual de colocar las copias en los videoclubes, suele resultar conveniente para los productores editar la película en este formato (Perelman y Selvach, 2004: 68).

más del 60% de las producciones distribuidas en DVD están centralizadas por VideoFlims y SRN Distribution, tal como muestra el gráfico 3. En el próximo punto analizaremos estos dos casos.

4.2.2. VideoFlims y SRN Distribution: cajitas llena de sangre

“El terror y el fantástico argentino circula. Es escurridizo, hay que seguir el rastro en galerías de Av. Corrientes o videoclubs especializados”. (García, 2003)

Argentina comenzó a comercializar el terror nacional a finales de la década de 2000 a través de dos empresas especializadas en el horror y lo bizarro: VideoFlims y SRN Distribution. Ambas son editoras de creación reciente que operan casi exclusivamente dentro del territorio nacional con el objetivo común de ofrecer una alternativa de mercado.

VideoFlims fue fundada en abril de 2009 por tres directores de cine del género (Esteban Rojas, Matías Lojo y Pablo Marini) cansados de trabajar en empleos que no les gustaban para hacer lo que más les gusta: películas. Hernán Panessi, uno de los integrantes de VideoFlims, señala:

“Todos los que conformamos VideoFlims, antes que distribuidores, somos profesionales independientes. Y como tales, siempre nos quejábamos de que nuestras películas no tenían una salida comercial digna. Así que, cansados de golpear puertas, llenar formularios y de seguir quejándonos, decidimos crear nuestra propia distribuidora de cine. Eso sí, al principio no sabíamos absolutamente nada al respecto. El concepto de distribución lo manejamos recién hace un tiempo, en un comienzo sólo era copiar las películas en DVD y venderlas en la calle”. (2010b)

Sus inicios estuvieron ligados a la necesidad de editar de forma casera películas de los directores de la movida. En una entrevista anterior, los socios fundadores de la empresa declaraban:

“No nos cabía en la cabeza cómo, por ejemplo, nuestros amigos de Farsa Producciones no habían recibido un mango por *Filmatrón* luego de haber incluso ganado el premio del público en el BAFICI. Así que hablamos con ellos y nos propusimos hacer 25 copias de *Filmatrón*, 25 de *Masacre Marcial* y 10 de *Plaga Zombie* para salir a venderlas a la feria de san Telmo. Ese día vendimos 5 películas, al fin de semana siguiente 8 y siete meses más tarde, en el Festival Rojo Sangre, más de 200”. (Panessi, 2010a).

Hacia inicios del 2012 contaban con un catálogo de 60 películas. Si bien no editan exclusivamente terror, es una porción mayoritaria de la selección ya que ocupa el 50% del catálogo a lo que se suma un 15% de títulos que no son del género pero son realizados por cineastas que producen horror, tal como se muestra en el gráfico 4.

Respecto a la selección de películas, Panessi señala:

“Nos especializamos, fundamentalmente, en cine de género latinoamericano. No somos excluyentes ni prejuiciosos con ningún tipo de estilo (...) No es una selección forzada, sino que es algo que nos surgió desde nuestra propia coyuntura. Equivalentemente, estamos editando cine de género sin distinción criteriosa de uno u otro. Lo importante es que las películas gusten, más allá de nombres o estéticas presupuestas”. (Panessi, 2010b)

El equipo de VideoFlims cambió a uno de sus socios originales (Matías Lojo por Hernán Panessi) y amplió su equipo de trabajo. Realizan

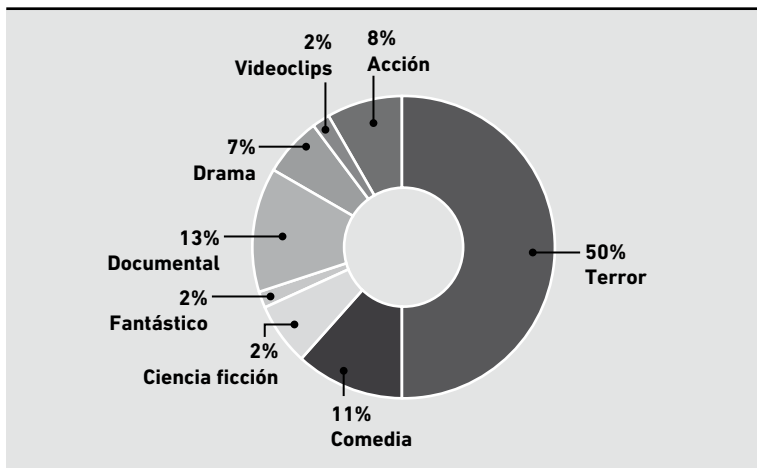


Gráfico 4. Películas distribuidas por VideoFlims por género. 2012.

Fuente: elaboración propia en base al catálogo de VideoFlims.

casi todas las tareas ellos mismos aunque tercerizan la fabricación y el multicopiado de los DVDs. En 2009 declaraban una venta promedio de 200 películas al mes con picos que se duplican o triplican durante el BARS (Weimeyer, 2010a). Tienen como política mantener los precios bajos y la calidad en el diseño de las tapas y los menús de los discos.

VideoFlims comenzó editando a Farsa Producciones y a Fomento Producciones, y al mes se sumaron Pauraflics y luego muchos más: Tetsuo Lumiere, Germán Magariños, Andrés Borghi y otros directores no especializados en el género (Néstor Frenkel y Pablo Tesorierre). Lo que comenzó muy informalmente y con acuerdos de palabra se profesionalizó a través de la firma de convenios que establecen los derechos –en algunos casos exclusivos– de comercialización de DVDs

en territorio argentino por un tiempo determinado¹⁰². El acuerdo con las productoras y los directores implica la distribución del porcentaje de ventas. Los porcentajes promedio para cada parte son de un 20% para el productor o director y un 80% para el editor (Mendoza, 2011). Respecto a los acuerdos, declaran:

“La mayor parte del tiempo los realizadores tienen que pagar enormes sumas de dinero para que sus películas lleguen en DVD a los mostradores de Musimundo, Blockbuster o videoclubes en general. VideoFlims hace algo absurdo para el canon de las distribuidoras argentinas: dar un trato amable, generoso y digno a los realizadores... además, claro, de un buen porcentaje de las ganancias netas”. (Panessi, 2010b)

Si se realiza un cruce entre las ventas declaradas del año 2009 y el promedio del precio de venta, la facturación bruta desde sus inicios sería de casi \$ 270.000. Sin embargo, al considerar la rápida consolidación de la empresa, su constante profesionalización y la incorporación incesante de material cinematográfico, cabe prever una tendencia a duplicar o triplicar los ingresos. Las ventas se realizan a través de 25 puntos. Asimismo, tienen un sistema de entrega por correo al interior del país y al exterior. Desde 2010, organizan un evento anual llamado La Gala de VideoFlims, en el que se presentan cortos hechos por directores del género, y se realizan premiaciones al estilo de MTV o los Oscars en tono satírico.

Hacia finales de la década 2010 sus planes eran llegar a más videoclubs y puntos de venta, incluir más películas latinoamericanas en su catálogo,

¹⁰²Germán Magariños sin embargo declara que su acuerdo con VideoFlims es informal y de palabra (Magariños, 2011a).

planificar su propio festival y producir sus propias películas¹⁰³. Más allá de que sus deseos lleguen a concretarse, lo cierto es que VideoFlims llegó para nuclear a producciones que estaban dispersas y darles una salida comercial. La creación de una distribuidora especializada fue un alivio para los realizadores y los fanáticos, ya que permitió conseguir películas que antes sólo se podían obtener pirateando o en festivales:

“Con la aparición de VideoFlims se abrió una ventana para poder conseguir las películas de género, lo que ayudó a fortalecer el momento que estamos viviendo. Hoy la gente puede conseguir nuestras películas desde la comodidad de su casa. Ése es el verdadero deseo que estamos viendo cumplido, se está realizando al margen del cine industrial y viene creciendo desde hace años como una alternativa fuerte y firme”. (Pablo Parés citado en Panessi, 2009)

Otra editora especializada es SRN Distribution. Su nacimiento se debe a la necesidad de comercializar una de sus propias películas, *Eklipsa Dana Vampir* (Rébora, 2007), en un escenario ausente de distribuidoras especializadas. En 2007 hicieron una tirada de 100 copias y las vendieron a \$ 12:

“La distribuidora empezó para editarnos a nosotros. De ahí quedamos con la infraestructura armada: un logo y una página. Y empezamos a editar a la gente de Mutazion producciones. Después seguimos produciendo películas y priorizamos eso. No como la gente de VideoFlims que abandonó la producción para distribuir”. (Rébora, 2011)

¹⁰³Su participación en la producción de películas es limitada. Uno de los ejemplos fue *La casa por la ventana* (Rojas y Olivares, 2010), una coproducción con Chile que tiene como director a uno de los socios de VideoFlims.

Su catálogo incluye once películas y cortometrajes. En 2011 manejaban tiradas más pequeñas de 50 DVDs vueltas a copiar al acabarse. Los precios son considerablemente más bajos que los de VideoFlims, con un promedio de \$ 20. Su producción y edición es más artesanal y tienen algunas ediciones de lujo limitadas que involucran, por ejemplo, el quemado de cajitas a mano. Su volumen de venta no ha sido muy alto: declaran una venta total de 327 DVDs, lo cual genera una ganancia bruta de \$ 6.500 (Rébora, 2011). Respecto a la distribución del porcentaje de ventas, indican una división del 20% para el director y 80% para SRN. Según señalan, los gastos de la edición llegan casi al 50% del valor de venta. Los tratos con los cineastas son bastante informales: “tenemos arreglos especiales con algunos directores, incluso algunos nos han cedido su porcentaje para que editemos a otros directores” (Rébora, 2011). En ventas y tamaño del catálogo, están detrás de VideoFlims. Al respecto, Rébora declara:

Tenemos formas diferentes de ver el negocio, el cine, la distribución. Ellos quieren convertirse en una distribuidora como AVH. Nosotros hacemos distribuciones artesanales. Nuestro objetivo no es ganar plata (...) Para tener \$ 4.000 cada uno por mes tenemos que tomar decisiones estilísticas y de modos de trabajo, de trato con el cliente que no queremos tomar. Manejamos los tiempos como queremos nosotros. (Rébora, 2011)

El contraste entre ambas empresas hace que trabajen con diferentes directores y productoras. La excepción es Germán Magariños, único cineasta compartido. Mientras VideoFlims edita varios géneros (aunque predomina el terror), SRN se especializa en estéticas más *trash* con predominio del *gore* y lo bizarro. Ambas editoras venden sus produc-

tos en lugares especializados: festivales (el BARS es el punto más alto de ventas), fiestas, convenciones de terror y otros géneros. Asimismo, agregan la comercialización por Internet y en puntos de venta donde trabajan a consignación sobre un precio menor, de modo que la diferencia quede para el local que las vende al público (Rébora, 2011). Mientras VideoFlims tiene 25 puntos de venta en Capital, SRN agrega 16 en la Ciudad de Buenos Aires y La Plata. Muchos de ellos son comiquerías o videos especializados en la temática. Asimismo, comenzaron a organizar proyecciones en alianza con el INCAA a través de sus espacios, lo cual muestra que el Instituto comienza a dar lugar a estas propuestas¹⁰⁴.

Ambas empresas son tan pequeñas que ni siquiera aparecen en el mapa de distribuidoras argentinas. Sin embargo, cumplen un rol fundamental: la unificación y circulación de una producción que juntaba polvo en los estantes de los directores. Y que sale a la luz en los puntos neurálgicos del género: donde se juntan los fanáticos y consumidores de estos productos. Como todo el circuito de terror argentino, aspiran a llegar a un público más grande: “Necesitamos financiamiento para que, de una vez por todas, el género pueda salir del ghetto y sea un entretenimiento popular”. (VideoFlims citado en López Iscafre, 2011). Por el momento, alimentan la sed por sangre de un grupo que crece año a año.

4.2.3. Fantasmas de las pampas en el mercado directo-a-DVD internacional

El crecimiento de los mercados de nicho en EE.UU. y el resto del mundo propició que los cineastas nacionales pudieran vender monstruos ar-

¹⁰⁴Un ejemplo es la Semana de Cine Punk organizada por SRN Distribution en el Espacio INCAA Gaumont. El detalle de la exhibición está en el punto 5.2.

gentinos en formato de DVD, y dispusieran de otras ventanas de exhibición digitales en ascenso como el *video on demand* o digital)¹⁰⁵. De los casi 100 largometrajes producidos en la década de 2000, más de 30 zarparon al exterior asustando a espectadores estadounidenses (49%), europeos (32%), asiáticos (14%) y latinoamericanos (3%)¹⁰⁶. El mercado de DVD de EE.UU. ofrece ventajas porque se pueden vender contenidos tanto en inglés como en castellano, dado que la población latina alcanza al 12% del total. Con casi 35.000.000 que consumen productos latinoamericanos (Getino y Schargorodsky, 2008). Las ventas al exterior se generan, básicamente, a través de tres vías: ventas en festivales internacionales, presentación en las distribuidoras o cesión de derechos a agentes de ventas.

Los festivales son una vidriera que anticipa una cierta calidad en la película, por lo que “los filmes programados en ellos se benefician de acuerdos de distribución más fácilmente y de mayores audiencias” (Verdaasdonk, 2005: 2). Pero solamente los festivales de mayor importancia tienen posibilidades significativas de incidir en términos de mercado. A esos espacios asisten los directores, los productores y muchas distribuidoras en busca de material para comercializar. Un ejemplo fue la venta de *Habitaciones para turistas* (García Bogliano, 2004). La ópera prima de García Bogliano había sido enviada a varios festivales internacionales sin lograr ningún contacto de venta hasta que se pro-

¹⁰⁵VOD son las siglas del vocablo inglés *Video on demand*, que significa televisión a la carta o video bajo demanda. Es un sistema de televisión que permite al usuario el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada mediante la descarga de películas o programas. Una plataforma especializada en el horror es FEARnet, que ofrece series, cortos, trailers y películas de género. Con más de 26.000.000 de usuarios, proyecta un aumento de 10.000.000 por año (Lionsgate, 2011). La iniciativa es una alianza comercial de Sony, Comcast y Lionsgate.

¹⁰⁶Estadísticas propias en base a www.imdb.com

yectó en el Festival de Cine de Las Américas en Austin, Texas (EE.UU.). Luego de haber recibido críticas favorables en la prensa local (Ver Baumgarten, 2005), el productor recibió un llamado del dueño de una sala en Nueva York que deseaba estrenar la película con la condición de que Mondo Trasho¹⁰⁷ financiara una pequeña campaña publicitaria de U\$S 10.000. Un distribuidor estadounidense, Peter Marai, estuvo dispuesto a poner el dinero a cambio de los derechos de distribución de la película en EE.UU., Canadá y Puerto Rico hasta que se cubrieran los gastos (Moyano, 2012a). Luego de excelentes críticas en *New York Times*, *New York Post* y *Tv Guide*, *Habitaciones...* consiguió que la distribuidora Strand Releasing la edite aunque los realizadores de la película nunca pudieron obtener beneficios económicos:

“Al haber hecho un acuerdo con un adelanto de distribución, nunca vimos un centavo de la venta de la película en EE.UU. y la taquilla de la película no fue demasiada, así que se usó para cubrir gastos y el resto quedó para el dueño del cine. El acuerdo de distribución con Marai fue de cuatro años, y para rescindirlo nosotros teníamos que avisar seis meses antes y dar un tiempo de gracia para que el distribuidor pueda terminar de vender las copias remanentes de la película. Las ventas en teoría no fueron muchas –cosa difícil de comprobar desde Argentina– y que Blockbuster en ese momento no haya comprado la película para todos sus locales, hicieron más difícil la comercialización”. (Moyano, 2012a)

Habitaciones para turistas (García Bogliano, 2004) obtuvo atención internacional y local por las críticas estadounidenses, pero estuvo

¹⁰⁷Mondo Trasho era el nombre de la productora hasta que se cambió en 2006 a Paurafflics.

perjudicada por el tipo de contrato más utilizado por las distribuidoras: el contrato neto, que distribuye porcentajes de ganancias una vez que se han cubierto los gastos. Tal como indica Cones (1997), la concentración en la distribución se magnifica por lo que denomina prácticas de “contabilidad creativa”, por las cuales las ganancias son recogidas por la fase de la distribución, reduciendo el flujo hacia la producción. La imposibilidad de fiscalizar la comercialización y las inversiones ejecutadas provocan que las compañías dibujen los números para quedarse con todas las ganancias.

Un caso diferente por el tipo de acuerdo establecido fue el de *Mala carne* (Forte, 2003). Fabián Forte presentó su película en el festival especializado en terror Fearless Tales Genre de San Francisco (EE.UU.) y ganó el premio como mejor director. El administrador del festival era un agente de ventas que le ofreció un contrato de representación para ofrecerla a las distribuidoras. Finalmente la compró la editora TMG Flicks (EEUU) que ofreció un contrato de modificación neta¹⁰⁸: un adelanto de U\$S 15.000 en dos cuotas para todos los medios. La distribuidora puso como condición agregar escenas al inicio, volver a filmar el final y posteriormente la hizo circular con el nombre *Carnal*. Fue un negocio redondo para una producción que había costado \$ 500 (Forte, 2011).

En el caso de la venta directa a distribuidoras las condiciones son aún más difíciles ya que se enfrentan a empresas que no tienen antecedentes de las producciones presentadas (condición que se cum-

¹⁰⁸Según la clasificación de Cones (1997: 31-33), en el contrato de modificación neta el productor recibe un adelanto y el distribuidor percibe la mayoría de las ganancias iniciales, antes de compartir las ganancias con el productor.

ple en los festivales). Las primeras películas presentadas en las distribuidoras estadounidenses fueron las de Sergio Esquenazi [*Dead line* (2004), *The bone Breaker* (2005), *Número 8* (2007) y *They want my eyes* (2009)], producidas por Christian Koruk. Para la primera película hicieron un estudio de mercado y la enviaron a varias distribuidoras hasta que la editora de nicho The Asylum¹⁰⁹ la compró en EEUU. Su edición en más de 27 países la convirtió en la película más exitosa de la distribuidora. *The bone Breaker* tuvo problemas de distribución al firmar un contrato a tres años con una empresa que desapareció. A *Número 8* “no la compró nadie porque la película es muy fuerte, con un par de secuencias de violaciones”, y *They want my eyes* sufrió el mismo destino (Koruk, 2011).

Koruk montó, en los Ángeles, una pequeña estructura para vender las películas, lo cual implicó la contratación de un abogado de entretenimientos y un contador. Koruk subraya la importancia de la inversión en el proceso de venta y de la negociación cara a cara:

“Si la hacés por U\$S 500.000, vas a necesitar que la vea un círculo mayor por lo que vas a necesitar U\$S 50.000 para moverla de verdad. Mi última película *El nacimiento del mal* costó entre \$ 50.000 a \$ 70.000. Cada vez que la mando por correo me cuesta \$ 537 para que llegue en tres o cuatro días. Esa plata no la gasta nadie. Si la mando por \$ 48 llega en cuatro semanas, pero al tipo que se la quería mandar ya se olvidó. Si se la mandás a diez productoras, ya tenés \$ 5.000. El problema es que tampoco son diez productoras, hay 20 mil. No te queda otra que pagarte un pasaje, irte afuera y

¹⁰⁹The Assylum se especializa en películas *exploitation* de pequeño presupuesto que despliegan sexo, violencia y terror. Fuente: <http://www.theasylum.cc/>

golpear puertas. Venderla es mucho más importante que hacerla”.
(Koruk, 2011)

El trámite de presentación ante las distribuidoras implica varios pasos sólo para que la acepten: 1) hacer firmar contratos económicos y de cesión de derechos a todos los integrantes; 2) buscar una empresa que reciba la película; 3) llenar los formularios requeridos que constan de 50 a 60 preguntas sobre cuestiones artísticas (producción, sonido, año) y profesionales que muestran cómo se filmó, cuánto costó, precio de venta pretendido, formas de comercialización deseadas; 3) adjuntar las preguntas, tres copias de la película y los contratos en un sobre (Koruk, 2011). Después de todo eso, las distribuidoras dirán si les resulta comercial y si la quieren comprar.

Otra de las posibilidades es contratar a un agente de ventas que represente a la película. Son subdistribuidores cuya peculiaridad consiste en que no adquieren el producto, sino que actúan como intermediarios, gestionando e intentando mover las películas en los canales de distribución establecidos (Matamoros, 2009: 107). Uno de los principales operadores del horror argentino es One Eyed Films, especializada en películas latinoamericanas de terror que establece acuerdos por un determinado tiempo llevándose un porcentaje si la venta se efectúa. Algunas de las películas que son o fueron representadas por esta compañía son: *36 pasos* (García Bogliano, 2006), *Habitaciones para turistas* (García Bogliano, 2004), *No moriré sola* (García Bogliano, 2007), *Breaking Nikki* (Findling, 2008), *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) y *Malditos sean!* (Rugna y Forte, 2011). Sin embargo, el agente de ventas

“El sistema del agente de ventas es jodido. Cuesta mucho hacer una película y después viene Juan Pérez y te pide exclusividad to-

tal para vender la película por tres años. En tres años se muere la película porque todo el mundo quiere la película que hiciste en 2011. No tenés ninguna referencia de Juan Pérez, salvo una página de Internet. Yo estoy tratando de ser mi agente de ventas. No puedo dar la exclusividad por más de tres meses. Pero ellos te dicen que no les dejás hacer bien su trabajo porque tienen que hacer los contactos, mostrarla, mandarla a festivales”. (Forte, 2011)

Finalmente, algunos directores fueron contactados directamente por las distribuidoras o enviaron sus productos por correo. Fue el caso de Germán Magariños, que logró distribución de *LSD Frankenstein* (Magariños, 2002) en España, a través de Yo Soy Gore, sin haber establecido ningún contrato. Para *Sadomaster* (Magariños, 2005) firmó un contrato con la estadounidense SRN que establecía 50% de ganancias para cada parte una vez que se cubrieran los gastos. De esa edición salió una copia comercializada en China (donde no se respetan los derechos de copyright). Germán Magariños (2011a) advierte que él conocía los riesgos de estos tipos de acuerdo: “firmé un contrato pero nunca vi un peso. Lo sabía pero por salir en EE.UU. se hizo conocida la película”. Aunque no provoque ganancias monetarias, la distribución internacional genera cierto prestigio y difusión. Así lo indica Elián Aguilar:

“Aunque no ganes plata es una cuestión de chapeo. Si alguien la distribuyó es porque algo le gustó. Acá no existe el mercado directo a video. El 95% de las producciones argentinas de género deberían ir a ese mercado. El tema es poder utilizar a tu favor todo lo que no sea monetario. Es como una caricia en la cabeza”. (2011a)

Una salida más artesanal proveyó de ingresos a Germán Magariños (2011a), quien cuenta que la única película que le dejó ganancias

fue *Goreinvasión* (Magariños, 2004) que su hermano vendió en España entregando copias a precio de euros. *Celo* (Forte, 2007) es otro ejemplo de posibilidades de venta alternativa: la compró una cadena de hoteles¹¹⁰ y la señal Cine Latino. Los resultados fueron igualmente exiguos, según refiere Magariños:

“En la cadena de hoteles me dieron dos mangos. La vendimos a Cine Latino pero nunca vi plata porque habíamos acordado seis cuotas, me pagaron la primera y se fundió el agente de ventas. Quedó toda la plata en el banco y ahora les estamos haciendo juicio”. (Forte, 2011)

La venta a porcentaje siempre representa un riesgo para los productores. Koruk señala (2011) que mientras otros prefieren la venta por comisión, él entrega la película a cambio de un adelanto: “si la película me costó cinco, la vendo en 50 y ese capital me permite seguir filmando”. A la vez que aclara los altos costos de presentarla para su venta:

“El 99,2% del cine mundial pasa por EE.UU. Si la querés vender allá, como mínimo tenés que tener un contador y un abogado estadounidense. Un abogado de entretenimiento te cobra de U\$S 250 a U\$S 400 la hora. Cada vez que tengas una reunión o un contrato, se lo tenés que pasar a tu abogado. La mayoría leyó el contrato en inglés, lo tradujo, lo firmó y nadie cobró un centavo. Eso no me pasó porque le pago al abogado, al contador, presupuesto costos de marketing. Gasto más plata para venderla que para hacerla”. (Koruk, 2011)

En definitiva, la distribución internacional encarnó posibilidades reales de comercialización para pocas producciones nacionales. En

¹¹⁰Los hoteles compran eventualmente material audiovisual para poseer los derechos de reproducción en sus cadenas.

particular para aquellas que obtuvieron un adelanto por distribución. Sin embargo, son muchos los riesgos de los contratos a la distancia: desconocimiento de las empresas con las cuales se entabla acuerdos, falta de asesoramiento, imposibilidad de fiscalizar las ganancias reales de la comercialización. Factores que provocaron que la mayoría de los cineastas no haya visto un centavo.

La implementación de iniciativas nacionales como Ventana Sur, un mercado de ventas organizado por el INCAA y el Marché Du Films del Festival de Cannes, provee mayores herramientas en la interacción cara a cara con los compradores en territorio nacional. En el catálogo del evento 2012 había varias películas de terror argentinas en condiciones de establecer contactos de venta: *Sadomaster*, *locura general* (Magariños, 2011b), *Malditos sean!* (Rugna y Forte, 2011), *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b), *Detrás del horror* (De Llano, 2011), *Bathory* (Aguilar, 2011b) y *Uritorco 2. La casa de la montaña* (De la Fuente, 2011). Mientras el flujo de productos culturales físicos va extinguiéndose lentamente, surgen fantasmas virtuales que no necesitan de contratos ni acuerdos: la distribución digital.

4.3. Distribución digital: monstruos en forma de bits

“Los trabajadores del cine industrial están un poco mareados con este *nuevo mundo* en el que el cine se volvió gratuito. Supongo que pasó algo parecido cuando apareció el sonido, o el color, pero el mundo cambia y hay que acomodarse, porque es un poco utópico pensar que un cineasta puede cambiar el mundo”. (Parés, 2012b)

La convergencia está generando nuevos modelos de producción y distribución que conmueven las antiguas bases del cine: el soporte físico.

Esas bases están adueñadas por grandes corporaciones transnacionales que invierten campañas multimillonarias en pocos y limitados productos, mientras las películas independientes quedan marginadas (Elberse, 2008). Sin embargo, las nuevas tecnologías generan oportunidades para los cineastas que están fuera del sistema *mainstream*: la próxima generación de directores, que produce y distribuye contenidos en multiplataformas de los mundos virtuales (Ryan y Hearn, 2010). En este nuevo contexto, las redes sociales se convierten en una herramienta esencial.

Uno de los precursores fue Farsa Producciones que subió en su canal de YouTube¹¹¹ seis largometrajes completos de su filmografía. Todas estas películas [*Plaga zombie* (Páres y Sáez, 1997); *Plaga zombie: zona mutante* (Páres y Sáez, 2001); *Nunca asistas a este tipo de fiestas* (Parés y Soria, 2010); *Filmatrón* (Parés, 2007); y *Post, la aventura completa* (Parés y Rojas, 2010)] tienen también distribución en el mercado de DVD. Sin embargo, la productora realizó difusión tanto de la comercialización física como de la publicación digital. Su concepción acerca de compartir ideas y productos no está necesariamente enfrentada con el concepto de venderlas, un enfoque por el cual se ubican de manera especialmente apta para el nuevo contexto digital.

La suma de ambos mundos (el físico donde se paga y el digital donde se comparte) no es incompatible para Farsa Producciones, que a pesar de distribuir sus películas gratuitamente *on line*, sigue vendiendo DVDs. Aunque *Filmatrón* (Parés, 2007) está publicada íntegramente en su canal de YouTube, sigue siendo uno de los DVDs más vendidos de VideoFlims. Casi todos sus largometrajes fueron pensados para distribución física aunque posteriormente fueron difundidos *on line*.

¹¹¹Fuente: <http://www.youtube.com/user/farsaproducciones/>

Luckman y De Roeper (Citado en Ryan y Hearn, 2010: 8) identifican tres enfoques de la producción cinematográfica para la distribución digital: 1) “contenido original producido para las plataformas tradicionales (cine y televisión) en los formatos tradicionales (por ej. largometrajes o series de televisión); 2) formatos tradicionales producidos especialmente para Internet y móvil de distribución y comercialización (que han sido menos viable para los productores); 3) nuevas formas de contenido/formatos producidos específicamente para las nuevas plataformas. En el caso de *Farsa*, el primer caso corresponde a los largometrajes publicados en el canal de YouTube mientras el tercer caso corresponde a otros tipos de producción iniciados por la productora.

Uno de los primeros contenidos y formatos producidos específicamente para las nuevas plataformas fue *Post, la aventura completa* (Parés y Rojas, 2010). Una serie web que parodia a *Lost*, compuesta por 24 capítulos de dos minutos, distribuidos en dos temporadas con un final extendido a 25 minutos. Con un presupuesto estimado de \$ 10.000¹¹², la extensión y el formato fue pensada para la web en lanzamientos durante tres años, aunque se agregó material extra para la edición en DVD:

“*Post* fue un ejercicio de estilo y una búsqueda de un lenguaje nuevo para intentar atrapar al inquieto público de la Internet, que suele tener una tolerancia bastante menor al del público estándar del cine. Nace como una serie *web* de episodios de dos minutos que realizábamos como escape al trabajo diario en la productora y, gracias al apoyo de miles de seguidores, crece con vida propia hasta convertirse en un largometraje estrenado en el Festival de

¹¹²Fuente: <http://www.imdb.com/title/tt2069743/combined>

Mar del Plata. Cada episodio fue gestado, desde su idea, su montaje y posterior estreno en YouTube, en unas pocas horas, lo que le brinda una frescura pocas veces vista en nuestra filmografía". (Parés, 2011c)

Una apuesta más grande fue *Daemonium* (Parés, 2011d), un esfuerzo en alianza con otras productoras y artistas: Rabbid FX, Studio Patna, Hydra Corp., Nerdhaus, Piromanía FX y Gilberto Zhu Studio. Es un proyecto autofinanciado que mezcla ciencia ficción, acción y terror con una marcada estética de animé japonés. Pensada como una serie de cinco capítulos, ya se estrenaron los dos primeros que lograron difusión en Argentina, América Latina, Canadá y Europa. Con doblajes en un castellano que intenta evitar las marcas locales a cargo de artistas reconocidos (Patricia Acevedo, la voz en castellano de Lisa Simpson; y Angélica Villa, quien dobló personajes femeninos en *Crepúsculo*, *SpiderMan 2* y *Transformers: La Venganza de los Caídos*) aspira a una distribución mundial por lo cual incorpora subtítulos en inglés y portugués. Asimismo, en la página web¹¹³ se pueden encontrar *storyboards*, un comic inspirado en la serie, entre otros materiales. Con un producto que podría competir en el mercado físico, los integrantes del proyecto decidieron hacerlo de manera digital frente a un mercado que bloquea las iniciativas independientes:

“Es uno de los trabajos más grandes en los que participé en todos estos años, con muchísima plata y tiempo invertido, y decidimos estrenarlo *online* y gratis. La cosa es, ¿cómo hacemos para competir con las 250 salas de *Piratas del Caribe*? (...) Nosotros vamos a

¹¹³<http://daemonium.tumblr.com/>

intentar con el Zombie de Troya, perdón, con el Caballo de Troya: llegando directamente a la casa del espectador, sin exigirle el menor esfuerzo. ¿Y cómo vamos a recuperar la inversión si no hay ningún tipo de ganancia?... Ya veremos, de una forma u otra, lo que se recupera por un estreno-fuera-de-las-corporaciones y sin subsidio del INCAA es mínimo, así que con intentar no perdemos casi nada”. (Parés, 2011b)

A mediados de 2012, el primer capítulo sumaba 40.000 vistas¹¹⁴. Asimismo, al canal de YouTube de Farsa se agregan *backstages*, escenas eliminadas de sus películas, cortometrajes y entrevistas que suman 140 videos y más de 1.411.142 de visualizaciones¹¹⁵. De esta manera, la productora crea un canal de difusión y comunicación con sus seguidores que genera una comunidad virtual y un potencial mercado, además de mostrar su experiencia como empresa productora creando posibles contactos y contratos dentro de la industria¹¹⁶, como agrega Pablo Parés:

“Con respecto a que a los productores no les gusta que estrenes *online* tengo que discrepar, ya que por el último estreno gratuito que hicimos (*Daemonium*) estamos recibiendo una cantidad de ofertas y propuestas de productores que nunca esperamos. Una cosa que

¹¹⁴<http://www.youtube.com/watch?v=hS3ONwRq58>

¹¹⁵Dato disponible en <http://www.youtube.com/user/farsaproducciones> al 20 de abril de 2012.

¹¹⁶Uno de los casos latinoamericanos más renombrados es el del uruguayo Federico Álvarez que después de publicar su corto *Ataque de pánico* (2009) en Youtube (<http://www.youtube.com/watch?v=-dadPWhEhVk>) y recibir más de 6.000.000 de visitas fue convocado para dirigir un proyecto en Hollywood.

no me pasó nunca en la vida y que creía que era una especie de leyenda urbana". (Parés, 2012c)

El surgimiento de la distribución y producción digital no significa "la muerte del cine", sino que "muestra las múltiples posibilidades que surgen fuera de los lanzamientos en salas" (Ryan y Hearn, 2010: 10). Se trata de un nuevo modo de comercialización que transforma todos los estadios del ciclo cinematográfico productivo y se desarrolla fuera de los brazos de pulpo de las compañías transnacionales, permitiendo a los cineastas dar rienda suelta a sus fantasías y su creatividad, en contacto con una red de fanáticos en ascenso.

4.4. Consideraciones finales del capítulo

El mercado de la distribución en la Argentina es un espacio cautivo de empresas transnacionales que echan sus raíces en todos los estadios de comercialización. Las compañías de capitales extranjeros no se establecen en nuestro país para hacer caridad: ubican los productos de sus subsidiarias de EE.UU. y bombardean las salas con películas estadounidenses, llevando el flujo de capital de vuelta al país del norte. La producción nacional queda en los márgenes de su propio territorio con excepciones que no llegan ni al 20% del mercado.

A nivel mundial, el terror ha visto en el mercado de video hogareño (DVD y VHS) uno de sus terrenos más fértiles. Argentina no es la excepción: el horror ocupa el cuarto lugar de comercialización. Sin embargo, en este contexto no hay alteraciones del cuadro general: dominación de las *majors* estadounidenses que distribuyen sus propios productos. Muy pocos productos locales circulan a través de las empresas mayoritarias del mercado excluyendo a los cineastas indepen-

dientes locales. Muchas películas quedan sin distribución y otras lo hacen a través de las mismas productoras. En este contexto, surgieron compañías especializadas en el género que comenzaron a transformar el panorama. A través de modelos de negocio de pequeña escala, VideoFlims y SRN Distribution editaron artesanalmente muchas películas que vieron la luz por primera vez y alimentaron a una comunidad de fanáticos hambrientos de horror autóctono.

Otras producciones aspiraron a llegar a un mercado más sólido y desarrollado: el directo-a-DVD internacional. Mientras algunos directores usaron a los festivales como vidriera para establecer contratos de negocios, otros optaron por contratar agente de ventas o enviar por correo sus materiales. Muy pocos pudieron montar estructuras en el exterior para vender sus productos. Esta última opción no ha sido viable para muchas producciones, ya que los costos de vender la película son, en muchas ocasiones, mayores a los de realización. Los resultados han sido agrídulces: sólo pudieron beneficiarse aquellos que recibieron adelantos de distribución, todos los que fueron a porcentaje nunca vieron un centavo. A cambio, recibieron difusión internacional y prestigio local.

Una variante nueva comenzó a surgir: la de la distribución digital. En un mundo en el que la convergencia digital se ha convertido en la reina del campo del entretenimiento, Farsa Producciones ha orientado muchas de sus realizaciones hacia lo virtual. Aunque aún siguen expectantes acerca de las posibilidades de negocio reales de este ambiente, en el camino muestran sus producciones, construyen una comunidad de fanáticos en ascenso y exponen su potencial como productora ante el mercado cinematográfico.

| CAPÍTULO 5 |

Exhibición nacional: el circuito comercial, las salas alternativas y el BARS

La exhibición en la Argentina está entre rejas. Muestra los mismos comportamientos de la distribución y está dominada por capitales estadounidenses que obstaculizan la llegada de películas nacionales. El objetivo de este capítulo es analizar la fase final de la circulación de las películas de terror nacionales para determinar cómo llegan al público, lo cual permitirá establecer su rentabilidad. Sólo cuatro películas argentinas de horror circularon en el circuito comercial desde 2000 hasta 2012. El resto de la producción independiente busca opciones subterráneas: salas alternativas o festivales donde se suman al resto de la oferta. Sin embargo, la exhibición en salas tiene un punto único y exclusivo que agrupa año a año al terror nacional: el Festival Buenos Aires Rojo sangre (BARS), un verdadero termómetro del magma de sangre que generan decenas de cineastas en nuestro país.

5.1. Exhibición de terror en Argentina: el circuito comercial

Las empresas de exhibición son el “mostrador donde se oferta directamente al público el producto fílmico. Acuerdan con el distribuidor extranjero o nacional –y a veces con el productor– las salas y las

fechas de lanzamiento de las películas” (Getino, 2008: 317). Durante la década del ‘80 y la primera mitad de los años ‘90, el sector de la exhibición en Argentina disminuyó considerablemente sus salas. Mientras que en la década de 1970 funcionaban en el país más de 2.000 salas, en 1992 se redujeron a 280 (Perelman y Selvach, 2004: 82).

A su vez, las salas tradicionales fueron reemplazadas por los complejos multisalas y las pantallas en los shoppings, manejados por grupos multinacionales que ingresaron al país en alianza con empresas locales que se ocuparon de la logística. La mayoría de esos capitales surgió de las *majors* cinematográficas porque aseguraba la colocación de su propio material y mayor control de la cadena de comercialización (Perelman y Selvach, 2004: 82-83). El número de salas comenzó a aumentar¹¹⁷, así como el número de espectadores. En 2010 había 181 exhibidores en actividad, 787 salas y una alta concentración (SINCA, 2012), tal como se muestra en la tabla 21:

EXHIBIDOR	ESPECTADORES	PARTICIPACIÓN
Cinemas Hoyts de la Argentina S.A.	9.279.917	24,26%
Cinemark Argentina S.R.L	5.407.575	14,14%
N.A.I Internac.II Inc. Suc Arg	4.964.551	12,98%
Village Cinemas S.A.	4.013.398	10,49%
Cine Sunstar S.A.	1.104.793	2,89%
Norte Exhibidores Cinematográficos S.A.	933.180	2,44%
Deno S.A.	785.198	2,05%
Empresa San Martín S.R.L.	642.196	1,68%
Belgrano Multiplex S.A.	557.125	1,46%
Dinosaurio S.A.	502.309	1,31%

¹¹⁷Las multisalas son más pequeñas que las salas tradicionales, con mayor confort y calidad de audio e imagen.

EXHIBIDOR	ESPECTADORES	PARTICIPACIÓN
Riocin S.A.	492.839	1,29%
Cinema Center S.A.	469.002	1,23%
Sac-Sa Cinematográfica	440.767	1,15%
De Porras María Del Rosario A.	385.740	1,01%
De La Costa S.A.	366.200	0,96%
INCAA	325.021	0,85%
Cinematográfica Vanguardia S.R.L.	310.670	0,81%
Bereciartua Lavalle Y Cía. S.A.	287.081	0,75%
Compañía Monumental S.A.	263.180	0,69%
Lisieux S.R.L.	222.261	0,58%
Canning Multiplex S.R.L.	209.874	0,55%
Honfleur S.A.	204.153	0,53%
Proyectar S.R.L.	201.612	0,53%
Cine Plex S.A	155.414	0,41%
Coto C.I.C. S.A.	152.873	0,40%
Arteplex Belgrano S.R.L.	144.226	0,38%
Solar Del Cerro S.A.	143.606	0,38%
D`Alimenti S.A.	140.778	0,37%
Sudestada S.R.L.	138.665	0,36%
Cía. Cinematográfica Centro S.A.	137.643	0,36%
Amodeo Guillermo Rubén	134.657	0,35%
Exhibidora Atlántica S.A.	132.111	0,35%
Gobierno De La Ciudad De Buenos Aires	132.066	0,35%
Pammag S.R.L.	130.982	0,34%
Sociedad Italiana De Socorros Mutuos Deli Abruzzi	118.351	0,31%
Abdenur Honorio	111.892	0,29%
Cine Teatro Alfa Soc. De Hecho De Marches	103.768	0,27%
Cinema Pergamino S.A.	100.995	0,26%
Miguel Becerra S.A.	92.100	0,24%
Gama Producciones S.R.L.	89.468	0,23%
El resto	3.717.538	9,72%
Totales	38.245.775	100,00%

Tabla 21. Espectadores por exhibidor. Año 2010.

Fuente: INCAA (2011a: 112).

Las *majors* cinematográficas concentran más del 60% de la recaudación bruta en tan sólo cinco empresas de distribución: *Cinemark*, *NAI (Showcase)* y *Lumiere* (estadounidenses) y *Hoyts General Cinema* y *Village Road Show* (australianas). El 40% restante se divide entre 173 exhibidores. Esta situación ha provocado irregularidades en la distribución comercial. Las empresas “planifican un cronograma de exhibición de sus películas a lo largo del año con un número limitado de distribuidoras” (Perelman y Selvach, 2004: 86). Aunque el manejo de ambos negocios en el país se realiza por separado, las grandes firmas pertenecen a grupos de empresas con intereses en otros eslabones de la industria cinematográfica en la Argentina (Perelman y Selvach, 2004: 86-87). Así se muestra en el gráfico 5: las cinco compañías transnacionales con-

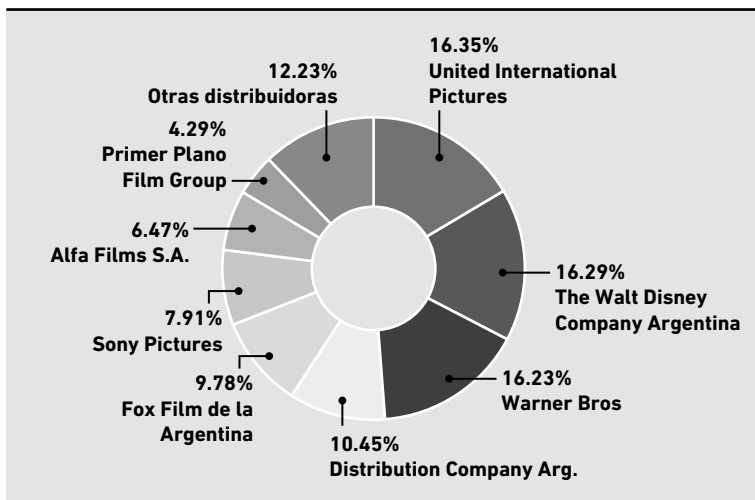


Gráfico 5. Porcentaje de pantallas por distribuidoras. Argentina. Año 2010.

Fuente: elaboración propia en base a INCAA (2011a: 56).

centran el 66,56% de las pantallas (UIP, Walt Disney, Warner, Fox y Sony), seguidas por un 21,21% de las distribuidoras líderes argentinas (Distribution Company, Primer Plano Film Group y Alfa Films) y un 12,23% que queda para un gran número de empresas independientes. Esta operatoria muestra una cartelización de la exhibición y de los costos asociados.

El género de terror ha tenido una presencia sostenida en la década con 129 títulos. Respecto a la recaudación total argentina, tuvo un porcentaje del 5,87% y de los espectadores un 4,43%, como se ve en la tabla 22:

2002-2010	
Recaudación total: \$ 2.572.954.005	Espectadores total: 323.172.370
Recaudación terror: \$ 151.104.002	Espectadores terror: 14.301.497
Participación en el total: 5,87%	Participación en el total: 4,43%

Tabla 22. Participación del género de terror en el mercado de exhibición argentino.

Fuente: estadísticas propias en base a datos del SINCA y Ultracine (2011b). Se excluyeron datos de 2003 por ausencia de datos en el SINCA.

El porcentaje de películas de terror en la fase de la exhibición es significativamente menor al que posee en el mercado de DVD hogareño, donde llega al 12,5%¹¹⁸. Las películas argentinas (sin distinción de género) tuvieron un promedio de 24,12% de presencia en las exhibiciones,

¹¹⁸Fuente: estadísticas propias en base a Ultracine (2011b).

mientras las producciones extranjeras llegaron al 75,88%¹¹⁹. Las películas de terror tienen un promedio mayor de películas foráneas, principalmente de EE.UU., seguido de lejos por Europa, Asia y América Latina, cuya participación es del 3%, tal como se ve en el gráfico 6.

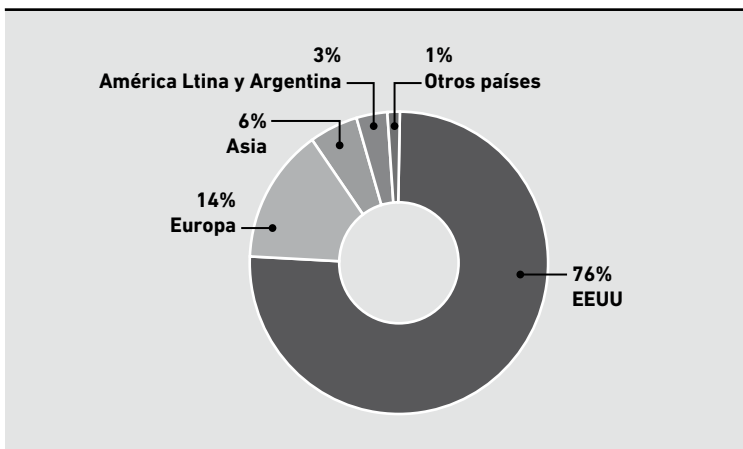


Gráfico 6. Películas de terror distribuidas en Argentina por origen. 2000-2010.

Fuente: estadísticas propias en base a Ultracine (2011b).

Aunque la cantidad de películas nacionales producidas aumenta año a año junto a la presencia en la cantidad de estrenos (en 2000 era del 17,71% y en 2010 del 30,15%¹²⁰), hay un abismo cada vez más grande entre la evolución de la oferta y la demanda (Tortserola, 2009). Lo cual significa que hay cada vez más películas en sala y menos gente

¹¹⁹Fuente: estadísticas propias en base a datos del SINCA.

¹²⁰Fuente: SINCA (2012).

que las vea. En el caso específico del horror, la exhibición en salas comerciales de los productos argentinos es casi inexistente. Durante la década analizada, se estrenó una sola película, a las que se suman tres más de 2011 y 2012 tal como se ve en la tabla 23¹²¹.

PELÍCULA	DISTRIBUIDORA	PROMEDIO ENTRADA	SEM.	SALAS	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN
<i>Visitante de invierno</i> (Esquenazi, 2008)	Primer Plano Film Group	\$ 11,42	8	54	10.818	\$ 109.044,40
<i>Sudor frío</i> (García Bogliano, 2011b)	Disney	\$ 20,32	8	126	80.516	\$ 1.636.182,42
<i>Lo siniestro</i> (Mazurek, 2011b)	Primer Plano Film Group	\$ 20,86	6	32	7.585	\$ 158.244,20
<i>Penumbra</i> (García Bogliano y García Bogliano, 2012)	Cinemagroup	\$ 23,44	7	67	16.044	\$ 376.229,50

Tabla 23. Datos de taquilla de las películas de terror estrenadas en el circuito comercial (2000-2012).

Fuente: Ultracine (2011b, 2012).

El primer estreno en salas de una película de terror después de 20 años de ausencia del género [el anterior había sido *Alguien te está mirando* (Cova y Maldonado, 1988)] no tuvo una *performance* auspiciosa. Distribuida por la empresa argentina Primer Plano Film Group, *Visi-*

¹²¹No han sido analizadas *Cabeza de pescado* (Massaccesi, 2009) por ausencia de datos sobre su estreno y distribución, y *La segunda muerte* (Fernández Calvete, 2012) que al momento de cierre de esta publicación sólo fue estrenada en el BAFICI.

tante de invierno (Esquenazi, 2008) se estrenó con 24 copias en Capital Federal y Gran Buenos Aires¹²². Uno de los factores de su fracaso fue una falta de planificación en el lanzamiento, tal como indica uno de sus productores Christian Koruk:

“Mover la película te sale \$ 150.000 y nadie lo pone porque no esperan recuperar la inversión en la taquilla. *Visitante de invierno* tuvo un par de afiches en calles escondidas. La avant premiere se hizo el mismo día de un estreno importante¹²³. Si no ponés voluntad, no pasa nada”. (Koruk, 2011)

Números similares, o peores, muestran *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) y *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012). Mientras *Penumbra* se estrenó con 33 copias¹²⁴, *Lo siniestro* lo hizo sólo con 10¹²⁵. Tanto *Lo*

¹²²Salas de estreno. Capital Federal: Village Recoleta, Village Caballito, Cinemark Palermo, Cinemark Palermo, Cinemark Caballito, Showcase Belgrano, Atlas General Paz, Atlas Rivera Indarte, Complejo Tita Merello, Gaumont, Hoyts Abasto. Amba: Hoyts Unicenter, Hoyts Morón, Hoyts Temperley, Hoyts Quilmes, Cinemark san Justo, Cinemark san Miguel, Cinemark Cinemark Adrogué, Showcase Haedo, Sowcase Norte, Showcase Quilmes, Cine Ocho La Plata, Ambassador La Plata, Village Pilar, Village Avellaneda. Fuente: (INCAA, 2004b).

¹²³En la misma semana se estrenaron: *Jumper* (Liman, 2008), *Tropa de elite* (Padilha, 2007), *Enemigo en casa* (Gillespie, 2008), *La conspiración* (Haggis, 2007); *Como la sombra* (Spada, 2006) y *Olga*, *Victoria Olga* (Farriols, 2008).

¹²⁴Salas: Cinemark (Palermo, Adrogué, San Miguel, Soleil, San Justo, Puerto Madero), Showcase (Belgrano, Norte, Haedo, Quilmes, Rosario), Village (Recoleta, Caballito, Pilar, Avellaneda, Rosario), Monumental Rosario, Coto Lanús, Cinecenter Florencio Varela, Plaza Shopping Liniers, Gaumont, Monumental Lavalle, Atlas Flores, Alto Avellaneda, Diagonal Mar del Plata, Sunstar Rosario, Hoyts (Abasto–Unicenter, Dot, Temperley, Quilmes, Moreno). Fuente: Taquilla nacional (<http://marianoliveros.wordpress.com>).

¹²⁵Salas: Gaumont, Monumental Lavalle, Village Avellaneda, Hoyts Quilmes, Hoyts Temperley, Coto Lanús, Showcase Norte, Showcase Haedo, Cinemark Soleil, Cinemark San Miguel. Fuente: Taquilla nacional (<http://marianoliveros.wordpress.com>).

siniestro como *Visitante de invierno* fueron distribuidas por Primer Plano Film Group. Los planes de lanzamiento de *Lo siniestro* no parecían muy auspiciosos, lo cual explica sus cifras de recaudación:

“Mi campaña va a ser pegar afiches y ver si puedo pasar un spot en Canal 7. Tampoco va a salir en demasiados cines y con muy pocas copias. Calculamos que se va pasar en 70 salas. Con eso sabemos que no vamos a llegar a los 90 mil espectadores. Es una película chica que no apunta a eso pero queremos que lo vea la mayor cantidad de público posible. En el plan está pasarlos en barrios y en las salas de cine. Muchas veces los tanques llenan las salas que dejan poco espacio para nuestra película. Es un lanzamiento pequeño”. (Mazurek, 2011a)

La pobre *performance* de *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012) no sorprende por su distribución nacional (Cinemagroup), ni por su lanzamiento pequeño (limitado a afiches en vía pública que además anunciaban erróneamente el estreno el 2 de febrero porque a último momento se cambió la fecha) sino por la cantidad de copias y salas. *Visitante de invierno* y *Penumbra* compartieron compañía productora ante el INCAA (Cinemagroup), a la cual Christian Koruk (2011) denuncia por el manejo de la película (Ver punto 4.1).

Sudor frío (García Bogliano, 2011b) fue la gran excepción del género local. Fue lanzada en las *ligas mayores* -Pampa Films como productora, Disney como distribuidora, Telefé como promotora¹²⁶ con una gran campaña publicitaria en radio, televisión y cine [atributo remarcado

¹²⁶Una tendencia nacional muestra que a partir de 2008, las “10 películas locales más vistas contaron el apoyo de la televisión” (Ultracine, 2011a: 50-51).

por muchos artículos de prensa (Battle, 2011; Villegas, 2011b; Russo, 2011)]. A pesar de que las críticas no fueron muy auspiciosas, un lanzamiento (se estrenó en más de 50 salas) y una difusión masiva ayudaron a colocarla en el podio de las películas de terror argentinas. Hernán Moyano, productor de Pauraflics y de la película, habla de la importancia del marketing:

“Aquí en Argentina se deja todo librado al azar y se tiene una concepción antigua que dice que las películas funcionan o no de manera mágica. Porque la gente se engancha con la historia o no. Creo que los estadounidenses en esto son maestros. Uno tiene avances de sus proyectos desde que están comenzando a gestarse. Vive el día a día y se siente parte de ellos. Esto hace que sus películas sean consumidas de la manera en que se las consume. El marketing es muy importante, incluso en un hecho artístico. Ojala algún día aquí se entienda esto”. (Moyano, 2011).

Lo interesante de la comparación entre *Sudor frío* y *Penumbra* es observar cómo dos productos de Pauraflics tuvieron una *performance* en salas tan diferente (ver tabla 23) pese a que ambas compartieron al director, tenían estéticas similares y se estrenaron con tan pocos meses de diferencia. Incluso *Penumbra* tuvo críticas más favorables en medios nacionales (Ver D’Alessio, 2012; Frías, 2012; Bernades, 2012; Basile, 2012; Panessi, 2012). Las diferencias abismales en los manejos de producción, distribución y exhibición muestran cómo el público argentino no sigue directores o propuestas (a menos que sean reconocidos) y el papel relevante de la promoción y la logística.

Asimismo, la situación estructural en el mercado de la exhibición no facilita las cosas para las producciones argentinas. La elección de

películas a la hora de comprar el entrada no tiene tanto que ver con “libre elección por parte del público”, sino con aspectos que ya hemos descrito anteriormente: el “embotamiento de estrenos semanales extranjeros” sumado a “ciclos muy breves de permanencia en cartel” de los estrenos nacionales, “menor concurrencia a las salas”¹²⁷, “articulación horizontal de la cadena de valor en beneficio de las producciones de Hollywood”, “carencia o pérdida de un hábito cinéfilo” e “inexistencia de espacios de exhibición en uno de cada dos departamentos del país” lo cual centraliza la oferta en la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires (Tortorola, 2009: 195). A estos factores se suma un déficit de información, lo cual significa que los consumidores y los exhibidores tienen más datos disponibles que el grupo al otro lado de la cadena (productores). Como ejemplo, los espectadores pueden decidir consumir un film en base a creencias políticas o religiosas y los exhibidores pueden programar o inducir la elección de películas en base a este comportamiento (Murschetz y Mierzejewska, 2004)¹²⁸.

¹²⁷Una de las causas de la retracción de la demanda ha sido el impacto de las crisis estructurales argentinas en el consumo de los productos culturales: “A la hora de reducir gastos, las familias e individuos suelen recortar la compra del periódico, la adquisición de libros o de música como una de las alternativas que, presumen, tiene menos repercusión en su nivel de vida” (Becerra y Mastrini, 2009: 60).

¹²⁸Una anécdota reciente puede ilustrar este comportamiento. Cuando fui a ver *Penumbra* a Village Avellaneda a pesar de que estaba en cartelera no se encontraba disponible en la grilla de horarios, lo cual podría inducir a que no se estaba proyectando a pesar de que había chequeado previamente en la página web del complejo. Al dirigirme a la ventanilla y solicitar una entrada para la película, el vendedor me advierte: “Mirá que es argentina”, basándose en la presunción de que el público local es reticente a ver cine de género nacional, o bien cine argentino en general. La sala vacía demostraba que la estrategia había dado resultados y que un gran porcentaje de las decisiones son tomadas por los espectadores al momento de comprar la entrada basándose en un grupo de valores preestablecidos.

Estas operaciones muestran cómo si bien es difícil hacer la película, incluso más arduo resulta distribuirla y exhibirla, lo cual convierte al hecho de que sea vista por los espectadores en una misión imposible, tal como señala Pablo Rovito:

“La exhibición en nuestro país es de carácter oligopólico y este comportamiento, que deriva en la intransparencia arbitraria entre el productor local y el consumidor, lleva al primero a la imposibilidad de vender por no llegar con el producto al mercado. Decir que todo el cine nacional ha logrado ser estrenado y equiparar eso con llegar al mercado es una simplificación por lo menos ofensiva”. (Citado en Getino, 2005: 328)¹²⁹

Como muestra basta ver los resultados de *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008), *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) y *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012): se estrenaron en salas, pero sin dudas no pudieron llegar al mercado. *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b) estuvo en condiciones de negociar con los dueños del mercado y fue la única capaz de demostrar que con una promoción adecuada y una circulación por los canales privilegiados de la exhibición (el que poseen las empresas transnacionales), un producto nacional de género puede funcionar. Sin embargo, se trata de un rago sólo alcanzado por cuatro

¹²⁹Existen cuotas de pantalla para el cine argentino (Ver INCAA, 2004a, 2006). Sin embargo, la fiscalización de esta reglamentación tiene problemas en la fase de exhibición, tal como señalan Perelman y Seivach (2004: 53): “Algunos productores nacionales acusan a los exhibidores de utilizar mecanismos más o menos legales para evitar mantener las películas argentinas en cartel. Entre estos se pueden mencionar la exhibición de películas argentinas en salas más grandes, la declaración de un mayor número de asientos en la sala que el real, y el agregado de más funciones para el filme argentino, todo esto para reducir el número de asistentes por función de tal modo que el porcentaje de butacas ocupadas sea bajo y no alcance la media de continuidad”.

películas. Casi 90 filmes no han tenido estreno comercial ni financiación estatal por lo que han buscado salida en espacios alternativos y festivales¹³⁰. A continuación analizaremos esos casos.

5.2. El circuito alternativo del horror

Fuera de las luminarias comerciales, existe un circuito de cine arte o independiente que abre las posibilidades de exhibición todo el año. En general se trata de salas con capacidad más limitada, menor calidad de audio y video, y entradas gratuitas o muy económicas. Constituyen un mercado *off Hollywood* para producciones que no llegan a los circuitos comerciales. Persiguen un objetivo más artístico que comercial, tal como las define Atilio González en su informe sobre la exhibición alternativa de cine en la Capital Federal:

“Un espacio alternativo de exhibición puede definirse como aquel que contempla propósitos de difusión cultural, artística, de formación de públicos antes que el lucro económico. Muchas de estas salas son parte de programas culturales de instituciones privadas u organismos públicos –con lo que su funcionamiento no depende de los resultados financieros de su actividad–; un importante porcentaje son emprendimientos casi personales y artesanales de personas amantes del cine, y en este caso, los ingresos son requeridos para el sostén de la actividad –aunque la mayoría de las veces los costos son solventados de manera personal”. (González, 2007: 4-5)

¹³⁰Para la exhibición comercial, las películas deben tener el certificado de exhibición otorgado por el INCAA que exige a los productores el certificado de libre deuda que acredite el cumplimiento de sus obligaciones laborales y gremiales (Poder Legislativo de la República Argentina, 1994/08/19: Art. 20).

Los distintos espacios alternativos de exhibición pueden ser cineclubes; salas comerciales de cine-arte; festivales, ciclos y muestras; cines móviles o ambulantes, espacios de video arte; o ámbitos audiovisuales públicos (González, 2007: 7-11). Cine Club Núcleo, Cineteca Vida, la Sala Leopoldo Lugones, el Malba, el auditorio de la Universidad del CEMA, Cine Club Mon Amour, Cine Club Dynamo, Cine Club Esperanza son algunos de los exponentes. Sólo en la Ciudad de Buenos Aires suman 100 pantallas estables y 150 de operatoria intermitente (González, 2007: 6). Durante el año 2006, se proyectaron de manera alternativa 3000 títulos (a través de 4500 sesiones) lo cual genera un promedio de 250 películas al mes y una concurrencia estimada de 100 mil personas al año¹³¹ (González, 2007: 16).

Las salas alternativas se han convertido en una de las principales salidas para las películas de terror nacionales. Mientras el espacio comercial bloquea las producciones independientes, este tipo de exhibición “hace referencia a la variación, al cambio, a lo que es diferente, a lo otro en oposición a lo tradicional, lo institucional, lo clásico” (Ministerio de Cultura de Colombia, 2004: 14). Se trata de una opción tanto económica como cultural:

“En un mercado canibalizado por la competencia de las grandes salas de cine, el objetivo de estas salas alternativas no es disputar espacios de mercado sino contribuir a la difusión de la cultura, buscando diferenciarse a través de una programación de calidad y creando un lugar de encuentro en donde se genere un espacio de reflexión y conocimiento colectivo”. (González, 2007: 5)

¹³¹Este número no contempla los asistentes a festivales.

Muchas salas de barrio también han devenido en Espacios INCAA, donde se exhiben películas seleccionadas por el instituto sobre la base de ciclos especiales o estrenos nacionales. Este espacio suma actualmente 42 pantallas en todo el país¹³². Asimismo, el instituto organiza proyecciones fuera del país en embajadas, consulados o instituciones educativas argentinas. Para la instrumentación en territorio argentino, algunas salas desactivadas fueron alquiladas por el INCAA, mientras en otras se realizaron acuerdos con los propietarios. El INCAA se encarga de la programación y la publicidad, mientras la contraparte afronta los gastos de mantenimiento (Santiago Jara en Ministerio de Cultura de Colombia, 2004: 50). Los resultados han sido tibios, ya que como se observa en la tabla 21 el instituto arañó el 0,85% de la cantidad total de espectadores durante el año 2010. Asimismo, la digitalización de las salas es un proyecto pendiente que está dando sus primeros pasos: el nstituto ha firmado un convenio con Arsat¹³³ para digitalizar 150 salas vía satélite, proceso que se iniciará con los Espacios INCAA. Sin embargo, aún queda por mejorar el funcionamiento de estos espacios que no llegan a la cantidad de asistentes esperada, como evalúa Liliana Mazure, presidenta del INCAA:

“No estoy demasiado conforme con el funcionamiento de los Espacios INCAA, su desempeño en general no me genera una gran felicidad. Para hay que entender que no son nuestras salas. Cada una tiene su historia, su dueño, su ciudad, su manejo particular. Por ejemplo, me dio mucha bronca cuando me enteré de que mu-

¹³² Datos a noviembre de 2012. Fuente: <http://espacios.incaa.gov.ar/>

¹³³ Sociedad anónima de capital estatal que ofrece soluciones de telecomunicaciones y satelitales. Fuente: <http://www.arsat.com.ar/>

chas cierran en enero. ¿Por qué? Nosotros hacemos un enorme esfuerzo de programación para abastecerlas de los mejores filmes posibles, organizamos ciclos temáticos, etcétera, pero no podemos hacer que esa sala se conecte con el público si el que la maneja no se preocupa. Hay algunos espacios, como el Gaumont, que son fantásticos, pero otros no funcionan. De todas maneras, es una buena idea y la vamos a seguir desarrollando y profundizando, aunque todo cambia muy rápido y en uno o dos años la manera de ver películas puede modificarse”. (Citada en Battle, 2010)

Hay además una serie de espacios alternativos operan informalmente (lo cual implica que no están inscriptos como salas de cine) y tienen menos equipamiento o comodidades que el circuito comercial. Sin embargo, le dan difusión y proyección a las películas excluidas del magma comercial:

Estos lugares suelen acoger filmes de bajo presupuesto (independientes), que usualmente no llegan a hacer frente al costo de pasar su obra filmada en digital a filmico, y así aspirar al fomento estatal –tal como lo exige la Ley de Cine–¹³⁴, o no pueden afrontar los numerosos requisitos legales para ser exhibidas comercialmente –pagos al sindicato de trabajadores de cine, a Sadaic¹³⁵ (fonogramas), etc. (González, 2007: 6)

Hasta 2006, el género predominante en los ciclos era el drama (49%), mientras el terror ocupaba sólo un 8%. Sin embargo, el aumen-

¹³⁴ Recientemente se dispusieron vías de ayuda estatal para este tipo de películas, pero todavía no se ha llevado a la práctica.

¹³⁵ Sadaic es la Sociedad Argentina de Autores y Compositores.

to de material de horror nacional programado a partir de 2007 indica un aumento significativo de este porcentaje. En las salas alternativas circula fundamentalmente material nuevo, prevalecen las producciones posteriores a 1990 tal como se indica en el gráfico 7:

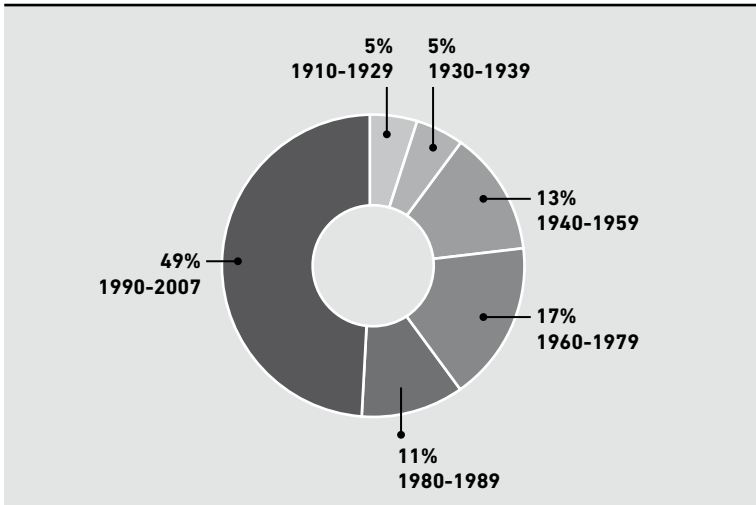


Gráfico 7. Filmes exhibidos en espacios alternativos según año de estreno. Argentina.

Fuente: González (2007: 21).

Los ciclos pueden mostrar obras aisladas o pueden agruparse en torno a: temáticas o editoras o tener otros criterios de programación como la nacionalidad de las películas; temas, géneros cinematográficos, disciplinas, períodos históricos o aspectos formales abordados por los filmes; el director o integrantes del equipo técnico o artístico; los movimientos cinematográficos o géneros; las condiciones de pro-

ducción o su carácter de inédito, entre otros. Varios de estos criterios se ven en algunos ejemplos de la programación alternativa del género de terror:

- *Sadomaster* (Magariños, 2005)
 - Sala El Duende, Buenos Aires (2010).
 - Ciclo “Cine Insolente”, Artecinema Constitución, Espacio INCAA KM3 (2010).
- Semana de Cine Punk (organizada por SRN Distribution)
 - 01/12/2011: Apertura/ Cortos apertura/ *Ultra-Toxic* (Crispin, 2005).
 - 02/12/2011: Película Sorpresa/ Bloque Cosa Mostra/ *Detrás del Horror* (De Llano, 2011)/ *Un cazador de zombis* (Magariños, 2008).
 - 03/12/2011: Cortos Punk/ Bloque Vindicta Films/ Bloque Mantra Trance/ *Mocosis* (Leguiza, 2011b).
 - 04/12/2011: *El Recluta* (Shaalo, 2010)/ *Viaje al sol* (Sidlin, 2010)/ Bloque Desquicio Producciones/ *Goreinvasión* (Magariños, 2004).
 - 05/12/2011: *Mocosis* (Leguiza, 2011b)/ Bloque Sarna/ Bloque Horror Independiente/ *Uritorco II* (De la Fuente, 2011) y *Detrás del terror* (Panero, 2011).
 - 07/12/2011: *Mutazombie* (Leguiza, 2008)/ Bloque Ballena Negra/ *Marihuana Radioactiva Interplanetaria* (Leguiza, 2010)/ *Trash* (Rébora, 2010).

La agrupación en torno a temáticas, empresas u obras muestra un circuito esporádico o circunstancial. Sin embargo, se puede planear

una táctica de lanzamiento nacional sobre la base de las salas alternativas que actúan como estreno a la vez que difunden la película. Uno de los ejemplos de organizados más adecuada fue la de Farsa Producciones para *Plaga zombie: zona mutante: revolución tóxica* (Parés, Sáez, y Soria, 2011). Además de una planificación en 12 salas y Espacios INCAA durante más de un mes (29/03/2012 al 25/05/2012) en la ciudad de Buenos Aires y las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Chaco y Neuquén; el fin de la trilogía pudo verse en el canal de YouTube de Farsa Producciones gratuitamente por 48 horas con subtítulos en inglés mostrando una implementación multiplataforma. Las 64 proyecciones se iniciaron con las dos primeras películas de la saga: *Plaga zombie* (Páres y Sáez, 1997) y *Plaga zombie: zona mutante* (Páres y Sáez, 2001).

Según Atilio González (2007: 12), el 74% de los espacios alternativos no cobra entrada. Y en los casos en que se abona un arancel es muy económico. Por ejemplo, la Semana de Cine Punk tenía un abono de \$ 40 que permitía acceso a la programación completa de seis días, mientras en 2011 el valor de una entrada a un cine comercial promedió los \$ 22,9 (SINCA, 2012). Por lo cual sólo en contados casos la exhibición en estos canales puede generar ganancias económicas para solventar futuras producciones. En los Espacios INCAA se establecen los acuerdos directamente con los productores, quienes ceden los derechos de exhibición por un determinado tiempo y, en algunos casos, se quedan con un porcentaje de la taquilla. En otros casos, ceden todas las ganancias. Así lo señala Germán Magariños respecto al arreglo que hizo para la proyección de *Sadomaster* (Magariños, 2005) en el Espacio INCAA:

“Las proyecciones las arreglé yo. VideoFlims quería hacerlas y quedarse con un porcentaje. Pero lo arreglé con el INCAA y ellos se quedaron con toda la recaudación. La dieron en Arte Cinema y se llenó

la sala. Ellos estaban chochos porque nunca habían llenado la sala. Después agregaron tres proyecciones más”. (Magariños, 2011a)

Por lo tanto, si bien las salas alternativas no son espacios de retorno de inversión significativos operan como una instancia de difusión para más del 95% de las películas de terror argentinas que no tienen lugar en el circuito comercial. Organizadas en torno a temáticas, cineastas u obras esporádicas, se suman a una oferta dinámica nacional. Sin embargo, existe un espacio que reúne todos los años las producciones nacionales de horror y que ha aumentado su relevancia en la última década: el Festival Buenos Aires Rojo sangre (BARS).

5.3. Sangre en las salas: el BARS

“El BARS va a quedar en la historia porque es la oportunidad para ver en pantalla grande lo que hacemos” Sebastián de Caro (2007), periodista y director de cine de terror.

Los festivales son áreas que difunden y adelantan obras que están a punto de estrenarse, se agrupan en torno a retrospectivas de cineastas o exhiben determinados géneros o temáticas. En nuestro país la oferta suma casi 90 espacios competitivos y no competitivos¹³⁶ (Ultra-cine, 2011a). Muchos se realizan en salas comerciales, como el Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente (BAFICI) o el Festival Buenos Aires Rojo Sangre (BARS), mientras otros toman lugar en espacios alternativos (cine-clubs, centros culturales) (González, 2007). Argentina no sólo es sede del único festival clase A de América Lati-

¹³⁶Se denomina festivales competitivos a los que otorgan premios y realizan selecciones, mientras los no competitivos sólo exhiben material.

na¹³⁷ -el de Mar del Plata-, sino que también cuenta con uno de los más convocantes del cine independiente: el BAFICI (Ultracine, 2011a: 70).

Los festivales actúan como un centro neurálgico que reúne a toda la industria cinematográfica y que, tal como los espacios alternativos, muestran producciones que muchas veces no se encuentran en los circuitos comerciales, construyendo una estética en sí misma: la del festival. Peter Wollen incluso ha postulado la existencia de un nuevo género cinematográfico: el del festival de cine que se define “más por su espacio de exhibición que por sus características textuales” (Citado en Altman, 2000: 131). La instancia del festival tiene un aura de prestigio que proclama cierta calidad: es un honor ser invitado a un festival o ser seleccionado, a la vez que esa característica se utiliza como una etiqueta para la difusión de la película y un atributo que puede hacerla más vendible:

Las películas invitadas a un festival tienen una cierta calidad y obtendrán más atención de los medios de comunicación. El hecho de que la película se ha exhibido en el festival o, incluso mejor, ha ganado un premio puede ser utilizado en los anuncios y el material de promoción para aumentar la conciencia de la película en la distribución regular (...) Festivales y mercados son también un ambiente perfecto para que los propietarios de salas de cine y programadores vean una película de antemano y para evaluar el valor comercial de una película. (Verdaasdonk, 2005: 4).

Las películas argentinas de terror circulan por varios festivales nacionales e internacionales. A nivel internacional el festival más

¹³⁷La Federación Internacional de Asociaciones de Productores de Films (<http://www.fiapf.org/>) realiza una clasificación de los festivales, siendo A la categoría más alta.

prestigioso y especializado es el Festival de Sitges, en España. En San Francisco (EE.UU.) existe el *Fearless Tales* donde, por ejemplo, Fabián Forte pudo vender su película *Mala carne* (Forte, 2003). El Festival de Cine de Las Américas en Austin, Texas (EE.UU.) permitió la comercialización de *Habitaciones para turistas* (García Bogliano, 2004). En Argentina, las producciones desfilan por el Festival Internacional de Cine Independiente de Mar del Plata (MARFICI), el Festival de Cine Inusual y algunas producciones por el BAFICI. La exclusión de las películas de género en uno de los festivales más convocantes y prestigiosos del país, el BAFICI, provocó una carta escrita por Demián Rugna, director del género de terror, dirigida a Liliana Mazure, presidenta del INCAA,

Pensar en el BAFICI como un festival de cine independiente es un absurdo, ya que es un festival que descrea del cine fantástico. Un festival que deja afuera películas de género locales adosando **no coincidir con el perfil del festival** ya deja de ser un festival de cine independiente para transformarse en un festival con un perfil y un fin determinado (...) Lamentablemente **quienes realizamos esta clase de cine en nuestro país necesitamos del BAFICI** para darnos a conocer, generar público y fomentar el género del cual se desprende la creatividad en estado puro (...) **No puede ser que dentro de 450 películas no haya ni un sólo representante del género de nuestro país (Rugna, 2008)** (negritas en el original)

Desde la publicación de esta carta, no ha cambiado significativamente la situación en el BAFICI. La dispersión de las películas de horror en varios espacios alternativos y festivales hacía dificultoso precisar la magnitud de la producción nacional. Con muy poca distribución y exhibición, la pesca de títulos era una tarea titánica en

un amplio mar de filmes. Sin embargo, surgió un punto de encuentro que los reunió mostrando sin tapujos sangre en las salas. Casi todo el material producido en Argentina pasa por el Festival Buenos Aires Rojo Sangre (BARS). Asisten los directores, las productoras, los exhibidores, las editoriales y los fanáticos. Tampoco faltan vampiros y zombis: los fanáticos concurren disfrazados y convierten a la semana del terror argentino en una película en vivo teñida de sangre. Respecto al BARS, Pablo Sapere, programador del festival, señala:

“El BARS es simplemente una pantalla abierta al cine ultra independiente de género. La importancia de esto está en que durante años no hubo otros espacios para este tipo de cine. Y lo que logró el BARS a partir de eso fue crear un punto de encuentro para todos los realizadores. Esto ayudó a demostrar que la suma de cada trabajo individual daba como resultado algo mucho mayor. Seguramente estos directores hubieran filmado lo mismo sin el BARS. Pero juntarlos a todos en el mismo lugar creó la pequeña bola de nieve que ayudó al alud de películas fantásticas que estamos viendo ahora”. (Sapere, 2010)

El primer BARS fue en el 2000 sin apoyo comercial ni estatal por iniciativa de Gabriel Schipani, aficionado al cine de terror y graduado de la carrera de dirección de cine, quien armó una proyección con el propósito de mostrar lo que estaba sucediendo en la escena del terror argentino:

“Encontramos, por un lado, muchos prejuicios para hacer cine de terror aquí y, por otro, un pequeño grupo de realizadores (Farsa, Alexis Puig, Daniel de la Vega, Ernesto Aguilar y pocos más) desperdigados, cada uno por su lado. La idea fue demostrar que la

unión de todos iba a tener un resultado mucho mayor que la mera suma de la las partes”. (Sapere, 2010)

Con mucho esfuerzo y ganas consiguieron una sala en el microcine de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, un proyector, una fotocopiadora para hacer los programas y seleccionaron las películas. En ese momento, consiguieron más de 1.200 minutos para ver, de los cuales quedaron seleccionados 600. El costo total fue de \$ 300, principalmente para el pago de impuestos, y asistieron 60 espectadores (Sapere, 2010).

En el año 2001 el festival empezó a generar la atención de los medios y se mudó al Centro Cultural General San Martín. La movida que se inició como una iniciativa artesanal y entre amigos comenzó a crecer comercialmente. La organización, a cargo de Quinta Dimensión (una revista digital de género), empezó a cosechar auspicios económicos: el INCAA y el Museo del Cine de la Ciudad de Buenos Aires (a partir de 2003); la Filmoteca de Buenos Aires, el Cine Club La Cripta, Cinema Gothik, Film Shark y Emerald Producciones (a partir de 2004). Muchos auspiciantes lo hacen por canje (por ejemplo, los que fabrican las estatuillas para los ganadores) aunque el INCAA cubre el 50% del costo del BARS (Sapere, 2010). El festival también fue declarado de interés cultural por la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La organización artesanal, que en la primera edición costó \$ 300, se elevó a \$ 40.000 en 2009, y la organización sumó doce personas para la programación, producción, difusión y prensa, traducciones y subtítulos de películas y atención al público. La exhibición fue agre-

gando no sólo público sino también salas¹³⁸ para dar respuesta a una demanda creciente que empezó con 300 asistentes y llegó a 14.000 en el 2010 como se muestra en el gráfico 8.

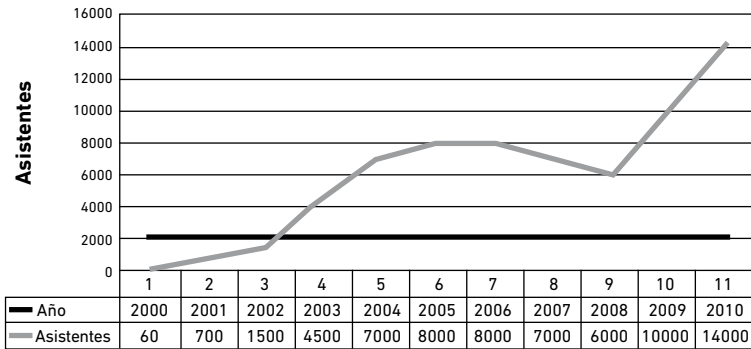


Gráfico 8. Cantidad de asistentes al BARS. 2000-2010*.

Fuente: elaboración propia en base a estadísticas proveídas por Pablo Sapere . *Se incluyen las entradas vendidas y los participantes de charlas, debates, talleres y zombiewalk¹³⁹.

Los organizadores venden durante los días de exhibición productos propios (*merchandising*). Los únicos autorizados a comercializar

¹³⁸Hasta 2009, el BARS funcionaba con dos salas en el Monumental Lavalle. Un año después se incorporó una tercera sala.

¹³⁹La *Zombiewalk* es una procesión de personas que recorre el microcentro porteño caracterizadas como zombis imaginando una Buenos Aires que amanece atacada por un extraño y poderoso virus. Aunque no está organizada por el festival, se hace todos los domingos cercanos a halloween y es uno de los días más concurridos del BARS. Fuente: <http://www.mundozombie.com.ar/>.

productos externos al BARS son las distribuidoras VideoFlims y SRN Distribution y la editora gráfica Fan Ediciones¹⁴⁰. Lo hacen gratuitamente, “es un canje por algunas ayudas que nos dan... Y fundamentalmente porque son amigos”, señala Sapere. Desde 2007, también ofrecen cursos, talleres de efectos especiales y charlas. Los ingresos del BARS se conforman por la venta de productos, el dictado de talleres y la recaudación. En las primeras tres ediciones la entrada era gratuita. En 2003 se comenzó a cobrar el acceso, aunque siempre a precios menores al de una entrada en salas comerciales (en 2010 el costo de la entrada al BARS era de \$ 12 mientras el promedio nacional rondó los \$ 20). El gráfico 9 muestra las ganancias por recaudación hasta 2009 que han aumentado sostenidamente desde 2003.

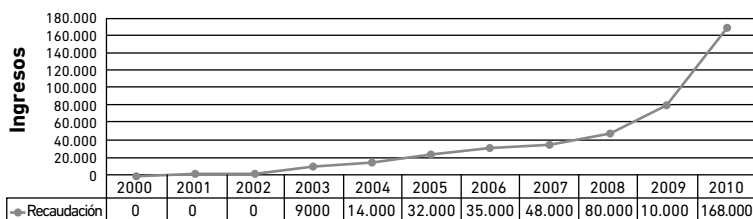


Gráfico 9. Recaudación del BARS por taquilla. 2000-2010.

Fuente: elaboración propia en base a las estadísticas proveídas por Pablo Sapere (2010). Datos estimados ya que los números de asistentes proveídos por Sapere incluyen entradas vendidas y participantes de charlas, debates, talleres y zombiewalk.

¹⁴⁰Fan Ediciones se especializa en libros sobre cine y una gran parte de su catálogo está destinado al género de terror.

Desde 2008 la exhibición se hace en el Complejo Monumental Lavalle y el acuerdo con la sala es a porcentaje. Se reparte el 50% para cada parte, descontando los impuestos. Se firma un contrato que implica que las primeras 1.800 entradas son exclusivamente para la sala. Si se vende menos de esa cifra, el festival debe cubrir la diferencia. Todas las entradas vendidas después de esa cifra son para el BARS, hasta llegar al doble. Y pasando las 3.600 se empieza a repartir 50% para cada parte. “Es medio complejo, pero como siempre pasamos esos toques, es mucho más fácil”, asegura Sapere (2010).

La programación incluye películas nacionales, latinoamericanas e internacionales y retrospectivas de directores míticos del género. El Festival recibe cada año más material nacional y del exterior que selecciona y programa. Sapere declara:

“Como promedio recibimos unas 200 obras por año, entre cortos (unos 150) y largos (50). Solemos programar un centenar de cortos y una veintena de largos. La selección se hace a partir de criterios puramente caprichosos, antojadizos y arbitrarios. Se trata de programar con el criterio lo más amplio posible y que cada película tenga algo que nos guste o nos llame la atención”. (Sapere, 2010)

El BARS se convirtió en un espacio alternativo que acompañó desde el inicio de la década el aumento en la producción nacional de género, proyectando un promedio de siete largometrajes nacionales al año (en 2010 fueron 14). Asimismo, aumentó considerablemente la cantidad de material programado, tal como se muestra en el gráfico 10.

En total, se programaron más de 1.200 largos y cortos, mayormente argentinos. Recién en 2003 se comenzaron a incluir producciones extranjeras aunque la tendencia nacional no declinó, tal como se ve en el gráfico 11.

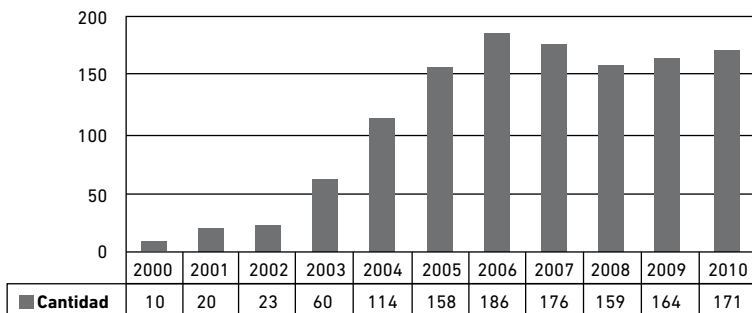


Gráfico 10. Cantidad de material proyectado en el BARS. 2000-2010*.

Fuente: elaboración propia sobre la base de las estadísticas proveídas por Pablo Sapere (2010) y la programación del BARS (2000-2010) *Se incluyen largometrajes y cortometrajes de todos los países.

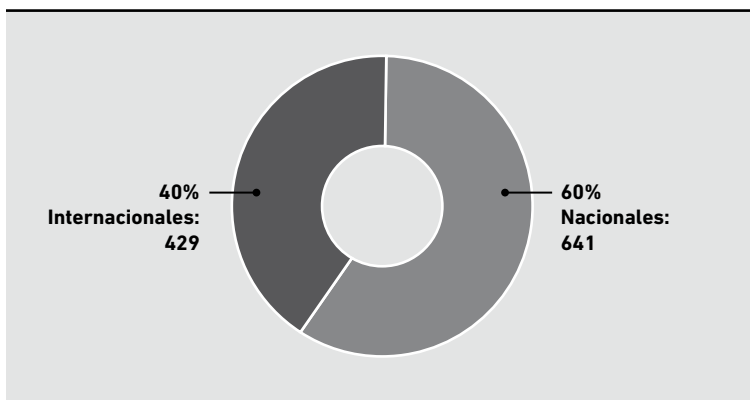


Gráfico 11. Películas programadas por origen. BARS 2000-2010*.

Fuente: elaboración propia sobre la base de las estadísticas proveídas por Pablo Sapere (2010) y la programación del BARS (2000-2010). *Se incluyen largometrajes y cortometrajes.

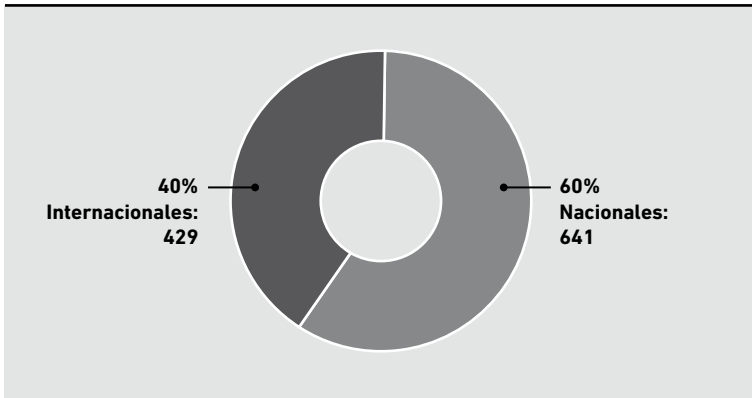


Gráfico 12. Programación por duración del material. BARS 2000-2010.

Fuente: elaboración propia sobre la base de las estadísticas proveídas por Pablo Sapere (2010) y la programación del BARS (2000-2010). *Se incluyen largometrajes y cortometrajes.

Lo que abunda en el BARS son los cortometrajes (tal como se muestra en el gráfico 12), aunque la proporción de largometrajes argentinos se incrementó un 140% lo cual muestra un aumento en las capacidades realizativas nacionales y la maduración del mercado que en 2010 comenzó a generar sus primeros productos industriales.

El BARS se ha convertido en un punto de encuentro que incentiva las producciones y las agrupa. Este fenómeno se ve no sólo en la exhibición sino en las reuniones que tuvieron lugar en 2008, donde a la hora de buscar una afiliación para presentarse frente al INCAA lo hicieron detrás del festival (ver punto 3.4). Asimismo, la producción del documental *Rojo sangre: 10 años a puro género* (Aguilar, 2009), como celebración de una década del festival, fue un análisis de las fortalezas y los problemas del género de terror en Argentina que no se supeditó

al BARS. Por otra parte, los mismos directores declararon que apuran los tiempos de producción para mostrarse en el Festival:

“Este festival es nuestra vidriera. Lo bueno de que exista es que nos pone un objetivo al cual llegar. Al tener todos los años una fecha límite, te obliga a terminar la película que estás haciendo y después a pensar en el año próximo”. (Pablo Parés entrevistado en el 2007)

Es innegable la relevancia simbólica y económica que tiene para los directores argentinos de género ya que son muy pocos los largometrajes producidos que no fueron exhibidos en el BARS durante la última década (ver gráfico 13). Aquellos que no han sido proyectados o bien quedaron fuera de la selección o vendieron sus derechos de comercialización a empresas internacionales.

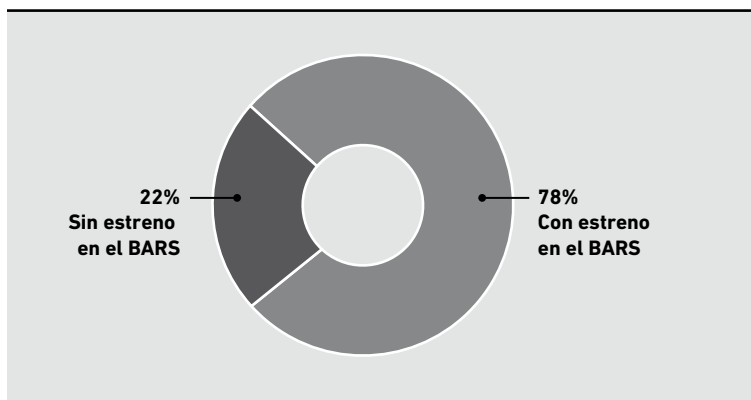


Gráfico 13. Porcentaje de largometrajes estrenados en el BARS. 2000-2010.

Fuente: elaboración propia sobre la base de las estadísticas proveídas por Pablo Sapere (2010) y la programación del BARS (2000-2010).

Mientras los festivales actúan como espacio de futuras ventas y promoción de películas, el BARS muestra falencias en este aspecto. No se registran acuerdos generados durante el festival y la mayoría de las ediciones se hacen entre las editoras especializadas (VideoFlims y SRN Distribution) y los directores, los cuales establecen contactos periódicamente y no necesitan la instancia del festival para ver la película. En algunos casos, las películas ganadoras han obtenido proyección en Espacios INCAA detrás del nombre del BARS. Sin embargo, estas operaciones muestran un accionar limitado:

“El BARS te da lugar para proyectar pero no tenés otra salida. Hay festivales que se encargan de vender y distribuir películas. Perdimos el objetivo con el BARS. Le perdimos la gracia. Sabemos que tenemos que estar ahí pero no tenemos el mismo impulso de antes. Sin embargo, sabemos que es el único festival que hay”. (Leguiza, 2011a)

Las razones pueden buscarse en una estructura nacional que no da lugar a este tipo de propuestas, lo cual ha generado distribuidoras especializadas y espacios alternativos de exhibición. Asimismo, el presupuesto es otro de los problemas del festival. Traer empresas internacionales o invitados extranjeros implica recursos que el BARS no puede afrontar ya que a pesar de haber evolucionado en la última década sigue mostrando un accionar artesanal. Así señalan Ariana Bouzón, productora del festival, y Elián Aguilar, integrante de la organización:

“Es muy casero y hecho a pulmón”, señala Aguilar. “Uno no lo ve con toda la estructura, eso no está bueno, porque las producciones están, el público responde y crece cada año, pero todavía falta ese

toque para poder decir *éste es un festival clase A*". ¿Cuál es la carencia? "Dinero", responde sin dudarle Bouzón. "Con recursos económicos podés hacer más publicidad, difusión, tenés la posibilidad de traer invitados de afuera...". "Además", apunta su compañero, "con más dinero se podría ampliar el espacio a las producciones del interior del país y con más publicidad acercar los filmes a los espectadores que no acostumbra el circuito". (Valenzuela, 2009)

Asimismo, más allá de un crecimiento sostenido el BARS muestra una evolución limitada de asistentes (aunque no de material) que exhibe las limitaciones de audiencia del género¹⁴¹. Respecto a limitaciones del BARS, Pablo Sapere (2010) dice:

"El BARS ya forma parte de la *cultura de género* en Buenos Aires. No creo que deje de ser un evento independiente dirigido a cierto ghetto, pero nuestros esfuerzos van a estar en llegar al público general (...) en demostrar que puede haber cine de terror en Argentina. Para esto hay que romper un doble prejuicio: los consumidores de cine de terror detestan al cine argentino. Y, por otro lado, los consumidores de cine argentino desprecian al cine de terror. El desafío es romper esas barreras".

El BARS nació como una vidriera de las películas de terror argentinas que estaban dispersas o sin exhibición. Aún muestra limitaciones que exhiben sus costuras artesanales: la imposibilidad de generar trascendencia internacional, llegar al interior del país, establecer contratos

¹⁴¹Como referencia, sólo de 2008 a 2011 el BAFICI pasó de 200.000 asistentes a 300.000. Fuente: http://www.observatoriodegobierno.buenosaires.gov.ar/Proyectos_Metas/Detalle_Proyecto.asp?ID_Proyecto=24378

de venta o traer invitados que den renombre al BARS. Y sigue limitado a un reducido público de fanáticos que aumenta tímidamente año a año. Sin embargo, es innegable que es un termómetro que muestra el crecimiento de la producción y genera un incentivo para los cineastas: llegar a la Noche de Brujas con material para exhibir en el Festival.

5.4. Consideraciones finales del capítulo

La exhibición comercial no escapa a las reglas de juego nacional (y mundial): está dominada por capitales transnacionales que programan sus propios productos. Sólo cuatro películas de terror argentinas pudieron acceder a este circuito desde la década del '80 hasta 2012 y lo hicieron con resultados agridulces. Llegar con las películas a los complejos de cine es el inicio de la apuesta, lograr que el público las vea es aún más difícil. Tres de las películas, distribuidas por empresas nacionales, tuvieron los resultados esperados: una paupérrima asistencia, pocas salas de estreno y promoción casi inexistente. *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b) fue la única que escapó a la tendencia general con una distribución de Disney y una promoción de Telefé, quedando entre las películas argentinas más vistas de 2011.

El resto de la producción de horror independiente muestra su material en salas alternativas, ciclos especializados o Espacios INCAA. Allí se sumerge en el mar del cine argentino donde navega junto a productos de todo tipo de género. En muchos casos, se trata de una o dos proyecciones que generan un circuito esporádico. Muy pocos pudieron probar que estos lugares alternativos pueden transformarse en una poderosa arma de difusión nacional, incorporando una exhibición digital que traspasa las fronteras.

En el medio de esta vorágine de salas que está fuera del sistema y proyecta todo tipo de materiales, apareció un faro que ilumina a los directores de horror nacional. El BARS nació hace más de una década y es el espacio excluyente para mostrar sangre en las salas. Si bien muestra limitaciones presupuestarias y operativas, es una vidriera que marca el rumbo de la producción. Aunque no ha podido salir del *ghetto* del terror, lo amplía atrayendo cada vez a más asistentes y muestra como los monstruos de cartulina crecen año a año sin asustarse por los fantasmas de una situación estructural que los aparta de la corriente comercial.

| CONCLUSIONES |

Los desafíos del terror argentino: sustentabilidad y futuro

Uno de los propósitos de esta investigación fue analizar las causas del nacimiento de una producción masiva del género de terror argentino. Es innegable que las películas existen y se multiplican año a año. El capítulo final estará destinado a reflexionar si este material constituye meramente productos de fanáticos o se han convertido en un mercado rentable. Sobre la base de los datos desplegados a lo largo del libro, esta sección resume las repuestas a las siguientes preguntas: 1) ¿Existen canales de retorno económico? ; 2) ¿Cómo sobrevive o se retroalimenta el circuito del terror en Argentina? 3) ¿Cuáles son los modos de financiación del terror argentino?; 4) ¿Existe una injerencia significativa del mercado externo en la producción local? Estas cuestiones permiten analizar y desglosar las respuestas a la segunda pregunta de investigación permitiendo determinar la sustentabilidad del género local, examinar las limitaciones las políticas culturales y vislumbrar el futuro del horror argentino.

La sustentabilidad de la producción nacional: financiamiento privado

“El movimiento avanza y su motor no es el dinero, sino el amor y el fanatismo por el cine. (...)

Todos somos iguales, porque el motor que nos mueve es la pasión, y es un motor mucho más poderoso que el dinero”

(Pablo Parés en Raña, 2010: 15)

Hacer una película argentina de terror es una proeza que no difiere de la misión titánica que implica filmar en Argentina. Mientras las empresas estables se pueden contar con los dedos de una mano, las independientes y de producción circunstancial son las que dominan el panorama argentino. El mayor problema que enfrentar a la hora de ponerse a rodar es un factor básico y necesario: el dinero.

Muchos directores ponen todos sus esfuerzos en crear su obra prima. Los proyectos se inician con empresas que Getino (2005) denomina de producción circunstancial. En estos casos, la motivación comercial está supeditada a las necesidades de expresión artística. Con fondos de su propio bolsillo o de familiares y amigos, se trata de una inversión emocional más que económica. Así se iniciaron muchos cineastas que hoy filman a los monstruos nacionales. Son ejemplos las obras primas *Habitaciones para turistas* (García Bogliano, 2004) -con un costo U\$S 3.000- y *Plaga zombie* (Páres y Sáez, 1997), con un presupuesto de \$ 600. Más allá de la variación en los presupuestos, no se modifica la manera: todos sacaron plata de bolsillos propios o ajenos para filmar y nadie empezó en las ligas mayores¹⁴².

Mientras en el conjunto del campo cinematográfico la obra prima debería ser el inicio del camino, para muchos no queda trecho para

¹⁴²La única obra prima financiada por el INCAA es *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b). Sin embargo, muchos proyectos se presentaron ante el Instituto como obra prima porque las películas anteriores no fueron estrenados en salas comerciales.

continuar. Sin embargo, el análisis de las producciones de terror argentina muestra que los directores de género son una especie tenaz que no detiene su filmografía después de dar los primeros pasos. Son muy pocos los casos de cineastas noveles que no continúan produciendo horror. En este contexto, resulta legítimo indagar los mecanismos que posibilitan el crecimiento de una producción monumental que tiene escasas ventanas de comercialización. No quedan dudas que la proeza y el sacrificio de hacer películas en Argentina es, en el caso de muchos directores, fruto de la obstinación personal. Sin embargo, esa empeñada vocación por filmar necesita un presupuesto para comenzar a andar, aunque sea de manera artesanal. Como una eterna ópera prima, los directores inician en cada proyecto nuevo la eterna rueda del financiamiento personal.

La cooperativa es uno de las figuras económicas más utilizadas a la hora de filmar. En este caso, la palabra cooperativa es un eufemismo que implica la suma de varios bolsillos: el de los directores, productores, guionistas o actores que se unen para proyectos particulares. Una de sus mayores ventajas económicas es la ausencia de relación de dependencia entre los socios que intervienen sin fines de lucro. Las cooperativas son un modo de flexibilización laboral que reúne a un equipo por proyecto y que, en muchos casos, se desarma para armar otro con diferente integración. En estos casos, los integrantes y el equipo técnico aceptan participar en un emprendimiento a cambio de un porcentaje de los ingresos que pueda llegar a generar la película ¹⁴³.

¹⁴³La informalidad de la industria se da por varias razones: "un exceso de oferta de mano de obra, como así también un crecimiento de la modalidad de locación de servicios y un auge de las cooperativas de trabajo" (Perelman y Selvach, 2004: 116).

Sin embargo, la mayoría obtiene los recursos de proyectos ajenos al género. Esta imposibilidad de dedicarse 100% al proyecto se debe a una única razón: nadie puede subsistir filmando terror. “Mis películas las financio yo”, señala el productor Christian Koruk (2011); “el cine fantástico independiente no se ha podido despegar de tal manera de que uno pueda vivir de eso”, agrega Mariano Cattaneo (2011); “conozco pocos directores que vivan de esto”, concluye Daniel de la Vega (2011). Lo cual confirma una de las fuentes de financiamiento del género: otros ingresos de las productoras o cineastas.

Los datos expuestos muestran un hecho innegable: la producción de género de terror no puede financiarse por sí sola. No es una situación diferente de la del resto del cine argentino. Sólo existe un puñado limitado de empresas estables, el resto financia sus proyectos como puede (Perelman y Selvach, 2004). La motivación de los cineastas y las productoras no es el dinero sino el amor por el género que los empuja a seguir filmando una película detrás de otra.

Ciclos de retorno: distribución y exhibición

No es necesario sacar demasiadas cuentas para darse cuenta que si la financiación se apoya en la billetera personal de los directores y productoras o en su habilidad para generar ingresos en otros empleos, los mecanismos de retorno en las ventanas de comercialización no funcionan aceitadamente. Casi el 90% de los directores de género pasó la barrera de la ópera prima, con lo cual deberían, en un “mundo perfecto”, haber recibido una devolución monetaria por su trabajo. La capacidad de retorno de la inversión es lo que define el desarrollo de un mercado (Getino, 2005). A la vez que la inversión en las películas

es una apuesta más emocional que económica, la retribución en los canales de distribución y exhibición también lo es.

La frustración es grande para decenas de realizadores que invierten su patrimonio y años de su vida en un proyecto que no logra ni una retribución económica ni llegar al público. El cuello de botella generado por empresas de capital transnacional provoca filtros en las instancias de distribución y exhibición. Las pocas películas de terror que estuvieron en condiciones de ser estrenadas en el circuito comercial sufrieron el destino que enfrenta la mayoría del cine argentino: pocas salas de exhibición y tácticas diezmadas de mercadeo. El resultado no es una sorpresa: pocos espectadores. La única que tuvo un resultado dispar fue *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b), que con una taquilla modesta, 80.000 espectadores, quedó entre las diez películas más vistas del año. Aún con el subsidio del INCAA, Perelman y Selvach (2004) señalan que la cantidad mínima de espectadores es de 10.000 para un film de bajo presupuesto. Sin embargo, considerando que el costo financiado por el INCAA para *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008) fue de \$ 949.000 y que los 10.818 espectadores generaron una ganancia de \$ 109.044,40 resulta poco probable la obtención de los \$ 800.000 restantes por otras ventanas de exhibición. El caso de *Penumbra* (García Bogliano y García Bogliano, 2012) es aún más paradigmático: \$ 2.235.370 de presupuesto frente a \$ 376.229,50 de taquilla. Todos ejemplos deficitarios. Sólo *Sudor Frío* (García Bogliano, 2011b) casi quedó a mano con el costo: \$ 1.800.000 en la columna del debe y \$ 1.636.182,42 en la columna del haber.

El resto de las películas de terror en la década no cumple con las condiciones que el INCAA establece para el estreno comercial¹⁴⁴. Los di-

¹⁴⁴Para la exhibición comercial, las películas deben tener el certificado de exhibición otorgado por el INCAA que exige a los productores el certificado de libre deuda que

rectores de cine de terror en Argentina –apartados de todas las fases de comercialización– debieron crear sus propios circuitos para poder subsistir económicamente y mostrar sus obras. Las editoras VideoFlims y SRN Distribution tomaron ese papel con una operatoria artesanal que no llega a constituir las como competidoras en el mercado global. Si SRN Distribution tiene un poco más de 320 copias vendidas y VideoFlims supera un estimado de 10.000, su rol se asemeja más al de difusión que al de generar un capital que vuelva a la producción. A eso se suma el hecho de que al cineasta le corresponde sólo el 20% del precio de venta.

En la exhibición, las salas alternativas tampoco ofrecen devoluciones viables: casi el 70% no cobra entrada (González, 2007) y el resto de las salas va a porcentaje con el productor o director. Con salas más pequeñas y menor convocatoria que las comerciales, la retribución es exigua. Asimismo, el BARS (el único punto exclusivo del terror nacional) es un festival que no otorga a los cineastas un porcentaje de taquilla.

Tal como señalan Perelman y Selvach (2004), a excepción del cine estadounidense todas las industrias cinematográficas se basan fundamentalmente en su mercado interno. Sin embargo, el terror argentino no se despliega en su propio mercado lo cual hace más difícil su venta al exterior. Las transacciones al exterior se convirtieron en la panacea de muchos realizadores que orientaron su producción al mercado de DVD internacional. Mala carne (Forte, 2003) fue un ejemplo de negocio redondo: \$ 500 de producción, U\$S 15.000 de adelanto por distribución. Sin embargo, los contratos por porcentaje de ventas dejaron un ingreso neto parejo para todos: \$ 0. Son los casos de Habitaciones para

acredite el cumplimiento de sus obligaciones laborales y gremiales (Poder Legislativo de la República Argentina, 1994/08/19: Art. 20).

turistas (García Bogliano, 2004); Plaga zombie (Páres y Sáez, 1997) o Sadomaster (Magariños, 2005).

Otras ventanas de comercialización, como la venta de derechos a la televisión son minoritarias en la Argentina. En definitiva, los números de retorno en los circuitos de distribución y exhibición son marginales y exiguos. Hay casos excepcionales de películas que lograron una ganancia neta sustancial pero el resto se reparte las migajas de los circuitos alternativos. Hay producción, hay ganas de filmar, pero esta situación genera falta de certeza sobre cuánto tiempo puede seguir sosteniéndose el rodaje de historias de terror sin canales de retorno rentables.

El circuito cinematográfico: hacia un nuevo modelo

El clásico circuito cinematográfico consta de cuatro etapas: financiamiento, producción, distribución y exhibición hasta que llega al espectador (ver gráfico 14). El financiamiento genera producción, pero para recuperar la inversión y volver a iniciar el circuito se debe distribuir y exhibir por lo que el éxito de una película depende de que todas las fases se completen. El cine argentino está plagado de casos donde sólo se completan las primeras dos fases (La Ferla, 2008: 218).

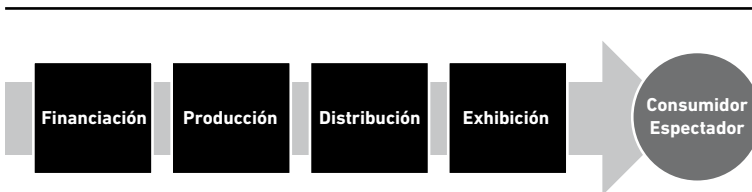


Gráfico 14. Clásico circuito cinematográfico.

Fuente: adaptado de Caves (2000).

En nuestro país, y en el 90% de los mercados cinematográficos, la neutralidad del proceso está lejos de ser transparente debido a fallas de mercado. Una de las fases intermedias administra la colocación en el mercado operando a su favor: los distribuidores de películas tienen un tremendo poder y actúan a lo largo de toda la cadena de valor. Las fallas de mercado se producen por cuatro factores fundamentales (analizados en los capítulos 4 y 5): 1) intervención del estado en el mercado¹⁴⁵; 2) concentración de los capitales en todas las fases del circuito e integración vertical; 3) conductas de negocio abusivas, tales como explotación acelerada de los productos para asegurar su amortización, lanzamientos exclusivos o distribución selectiva; 4) déficit de información que provoca desconocimiento para los productores sobre los comportamientos de los consumidores y los exhibidores.

Mientras la intervención estatal es una *falla de mercado* desde el punto de vista económico, su rol es el de generar más pluralidad de contenidos e imágenes e insuflar constantemente capitales a la producción debido a que el proceso no llega a completar todas las fases del circuito. Sin embargo, el 95% de las producciones de terror nacional ni siquiera tiene acceso a esta instancia. Por lo que han generado nuevos estadios para posibilitar que la producción continúe. Pablo Parés (2012a) habla del surgimiento de *El nuevo mundo* luego de años de aplicar metodologías para que el circuito clásico funcione sin los resultados esperados:

“Durante los últimos diez años trabajé para lograr un círculo de producción, una línea de montaje de películas. La idea era que

¹⁴⁵Analizaremos este punto más detenidamente en el próximo apartado.

las ganancias por las ventas o proyecciones de una película A se convertían en el presupuesto de una nueva película B. Durante un tiempo parecía que podía funcionar, hasta que el cine llegó a la casa de todos, gratis y con excelente calidad. Puedo ponerme en el lugar del público porque yo también soy público: ¿Qué hago? ¿Veo la última *Planet of the apes* gratis, en alta definición y en la comodidad de mi casa o voy a un cine y pago para ver *Post?*”.

Lo que Parés propone es una vuelta de tuerca para no continuar con abordajes anquilosados cuyos cimientos están endeblados por el surgimiento de las nuevas tecnologías. Y la propuesta no es otra que aquella que el género viene aplicando hace años: minimizar al máximo el costo de los recursos (locaciones, actores, vestuario, equipos) para poder autofinanciar la obra o sostenerla con aportes privados. Con este método rompe con el circuito cinematográfico clásico. Lo expresado por Parés (ilustrado en el gráfico 15) exhibe los problemas múltiples que enfrenta la producción de género en Argentina. Por un lado, despliega el circuito real que genera las películas de terror en nuestro país: cada proyecto es una búsqueda de recursos e inversiones a pulmón, un eterno modelo de autofinanciación. En este contexto, las fases cinematográficas clásicas no son más que una utopía para la mayoría de los realizadores. A pesar de que Parés se refiere a la distribución digital, lo cierto es que este modelo actualmente se aplica también a la física.

Asimismo, muestra las potencialidades de la distribución digital que levantan las barreras de acceso al público. Farsa Producciones, integrada por Pablo Parés entre otros realizadores, ha demostrado que esta propuesta no es sólo una teoría. Mientras han puesto en su canal de Youtube casi toda su filmografía y alternan exhibición física con

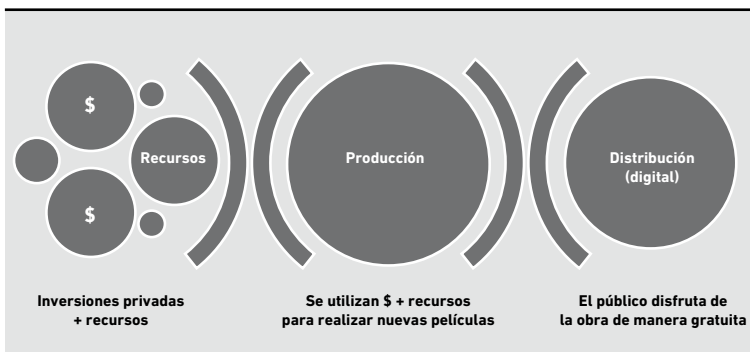


Gráfico 15. Nuevo circuito cinematográfico.

Fuente: realización propia basado en Parés (2012a).

digital, también desarrollan modelos exclusivamente dirigidos a estos formatos, como *Post* (Parés y Rojas, 2010) y *Daemonium* (Parés, 2011d). 1.411.142 visualizaciones muestran un público mayor que la película nacional más taquillera de 2011¹⁴⁶. Aún queda por demostrar la sustentabilidad de este modelo, que requiere de una eterna búsqueda de fondos y que depende de la buena voluntad de terceros. Mientras no exista rentabilidad asegurada en los nuevos segmentos virtuales, los cineastas se verán obligados a repetir este proceso indefinidamente. Sin embargo, abre interesantes horizontes sobre cuál será el cine que veremos en las próximas décadas.

¹⁴⁶*Un cuento chino* (Borensztein, 2011) con 903.360 espectadores. La cifra de visualizaciones es al 30 de marzo de 2012.

Las políticas culturales en una encrucijada: las limitaciones del INCAA

El cine argentino está en una calle sin salida: mientras aumenta su producción año a año, se hace cada vez más difícil que el público local vea las películas nacionales. No existen dudas acerca de que la intervención del INCAA en el sector de la producción es decisiva: más del 90% de las películas que se estrenan en salas están financiadas por el instituto. Sin embargo, el modelo cinematográfico clásico (gráfico 14) no se cumple en nuestro país: de la recaudación total de 2010 sólo el 8,64% correspondió a estrenos argentinos (SINCA, 2012).

Estos datos hablan de una de las mayores falencias del Instituto. Mientras tiene una política agresiva que posibilitó la existencia de 1070 películas en la década de 2000 (ver tabla 15), el sector de la distribución y exhibición está librado a las fuerzas del mercado. La importación de películas paga impuestos poco significativos¹⁴⁷ y las cuotas de pantalla son mecanismos insuficientes por su falta de fiscalización. Asimismo, las empresas estadounidenses ejercen *dumping*¹⁴⁸ en nues-

¹⁴⁷La resolución 2114/2011 (INCAA, 2011c) impuso nuevos impuestos para la exhibición nacional estableciendo gravámenes diferenciales para la ciudad de Buenos Aires y AMBA, versus el interior del país. Como ejemplo, *Cars 2* logró 2.060.000 de espectadores, lo cual multiplicado por el promedio de entrada de 2011 (\$22,90) da \$47.174.000 (Oliveros, 2012). El gravamen que debió pagar al INCAA fue de 12.000 entradas (como máximo), lo cual significó \$274.800 (un 0,5% de la recaudación). Asimismo, un 10% de la recaudación de las entradas se destina al Fondo de Fomento Cinematográfico pero no se aplica al distribuidor porque “el impuesto recae sobre los espectadores, y los empresarios o entidades exhibidoras adicionarán este impuesto al precio básico de cada localidad” (Poder Legislativo de la República Argentina, 1994/08/19: Art. 21).

¹⁴⁸En economía, el *dumping* puede referirse a cualquier tipo de fijación de precios predatorios. Sin embargo, la palabra generalmente se utiliza sólo en el contexto de las leyes del comercio internacional en donde el *dumping* se define como la práctica en donde

tro país: venden sus productos a un precio por debajo de los costos de producción que ya fueron absorbidos por el mercado interno (Perelman y Selvach, 2004; Getino, 2005).

Del mismo modo, la integración vertical en la cadena de valor a través de fusiones o acuerdos hace que esas películas se comercialicen de manera diferencial, dejando rezagadas a las nacionales. A modo de ejemplo bastan los números de 2011: la película nacional más vista -*Un cuento chino* [*Un cuento chino* (Borensztein, 2011)] con 903.360 espectadores (Mc Fly, 2011), ni siquiera alcanzó los números de la última película incluida en el *top ten* de películas estadounidenses que lideró *Cars 2* (Lasseter y Lewis, 2011) con 2.051.211 de entradas vendidas. En este contexto, *Sudor frío* (García Bogliano, 2011b) logró superar la media de asistentes de películas argentinas demostrando que si una película nacional circula por los circuitos *majors* puede funcionar.

Por otra parte, el INCAA ha intentado modificar las reglas del juego en el lado de la exhibición a través de la implementación de los Espacios INCAA que hasta el momento ha tenido resultados moderados a pesar de establecer acuerdos en salas ubicadas en todo el territorio nacional y a precios más bajos que los del mercado. Asimismo, la digitalización de las salas es un tema pendiente con cambios esperados a corto plazo con la firma del convenio con Arsat para los Espacios INCAA.

Los tiempos de tramitación ante el INCAA hacen que el pedido de financiación se convierta en una misión titánica. Los cuatro años que transitaron *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008) o *Penumbra* (García

una empresa establece un precio inferior para los bienes exportados que para los costos de producción que tiene la empresa del país adonde se importan esos bienes, sacando de competencia a la empresa local.

Bogliano y García Bogliano, 2012) y los diez de *Lo siniestro* (Mazurek, 2011b) son una prueba de ello.

Procesos poco transparentes adornan el panorama burocrático que ya ha acostumbrado a los productores a inflar los costos de los presupuestos. El círculo vicioso que obstaculiza el paso de las películas argentinas a lo largo de la distribución y exhibición genera la imposibilidad de recuperar la inversión en la comercialización. Nadie espera recuperar su dinero luego de la producción, lo cual genera mecanismos corruptos que se repiten desde hace años. La tergiversación de los números y de las facturas presentadas es una práctica común que Christian Koruk (2011) denuncia respecto a *Visitante de invierno* (Esquenazi, 2008) pero que ocurre en todos los proyectos.

El Instituto tampoco ha dado lugar al surgimiento de nuevos métodos y formatos, lo cual imposibilita el surgimiento de nuevos lenguajes más propensos a surgir en los modos artesanales de producción con métodos más flexibles. Otro de los problemas es la falta de diversidad de propuestas que también ha impactado en la poca representación de propuestas de género seleccionadas por el INCAA. En los últimos 25 años, el Instituto financió sólo diez películas de terror teniendo una participación sobre el total del 0,10% en la última década. Si bien la proporción sigue siendo mínima respecto al total, se nota un cambio de actitud que abre posibilidades a filmes con propuestas similares y atípicas en la filmografía argentina como la película de ciencia ficción de *Fase 7* (Goldbart, 2011) o el western gauchesco *Aballay, el hombre sin miedo* (Spiner, 2010).

El objetivo de este punto no es desmerecer los resultados de la política que promueve la producción nacional, que sería casi inexistente sin el Instituto, sino dar luz sobre los problemas que enfrenta la pro-

ducción argentina que aumenta en número cuando entra en el circuito de comercialización. El estado no debe desatender las fases restantes del circuito cinematográfico, a la vez que debe regularizar los mecanismos de selección y asignación de presupuesto con el objetivo de dar lugar a más diversidad de géneros, formatos, soportes y autores.

Las ventajas competitivas y las cuentas pendientes del terror argentino

“Durante cinco años viví de hacer videoclips, hasta que la cosa cambió y me quedé sin trabajo, tuve que adaptarme, encontrarle la vuelta. ASÍ ES LA VIDA. Por suerte sigo haciendo películas, que es lo que me gusta y me mantiene vivo, y espero nunca llegar al punto de culpar *al mundo* por no poder contar historias con una cámara. Si la gente no paga por ver mi película o no encuentro la forma de seguir filmando voy a tratar de descubrir que cosas estoy haciendo mal”. (Parrés, 2012c) (Mayúsculas en el original)

El terror argentino ha sentado las bases de una producción descomunal que construyó decenas de monstruos de papel con los recursos que tenía a mano. Las características de la producción y su circulación le imponen oportunidades de mercado, a la vez que lo limitan. Como punto a favor tiene un atributo que podría parecer una desventaja (y en algunos aspectos lo es): su independencia casi total de los modos de producción industrial. La realización al modo *hágalo usted mismo* les permite a los directores lograr efectos y recursos de una manera más económica y creativa.

El eterno ejercicio de rodar brinda a los realizadores las posibilidades para hacer cine de calidad con poco dinero. Más que aprender

en la teoría, la realidad les da las herramientas para ajustarse a un presupuesto y bajar el guión a la tierra. El trabajo con costos acotados permite a los cineastas mayor flexibilidad en las rutinas productivas y una adaptación más rápida a los cambios del entorno. Mientras uno de los mayores ejemplos mundiales del género de terror de bajo presupuesto es el costo de U\$S 144.000 de *La noche de los muertos vivientes* (Romero, 1968), en nuestro país se podría hacer 48 veces *Habitaciones para turistas* (García Bogliano, 2004) o 480 versiones de *Plaga zombie* (Páres y Sáez, 1997) con esa cifra, sin considerar la inflación de más de 30 años. Incluso dentro de las películas financiadas por el INCAA, los presupuestos son bajos o medios lo cual les permite hacer filmes con herramientas obtenidas dentro de la barricada cinematográfica, aunque los costos se elevan por los certificados de libre deuda que impone el instituto y el pago a todos los sindicatos. Muchos de estos productos caen naturalmente bajo la categoría *exploitation* por los modos de producción asociados.

Una de las claves para mantener estos costos es la colaboración entre directores, que socializan su mano de obra y equipamiento técnico en las películas de todos sin ninguna o poca retribución económica. Asimismo, estos bajos márgenes de costos permiten la experimentación, la búsqueda de nuevos lenguajes, la adopción de riesgos formales frente a un cine de presupuestos elevados que no tiene demasiado espacio para innovar porque está obligado a recuperar la inversión. Esta renovación cinematográfica tiene posibilidades de construir un nuevo canon cinematográfico, como lo hizo el Nuevo Cine Argentino en los '90 cuando estaba en las orillas de la industria. Ambos movimientos están apoyados sobre la macroestructura que sostiene al cine nacional: trabajadores con educación formal y una cultura cinéfila en ascenso.

Casi todos los directores realizan su producción con las nuevas tecnologías digitales, lo que les permite una filmación más económica y edición casera. La flexibilidad de las rutinas productivas nacionales ha permitido que muchos cineastas sean pioneros a la hora de ofrecer contenidos específicos como *Daemonium* (Parés, 2011d) para las nuevas plataformas. Como punto en contra, muchos de los formatos utilizados les permite una comercialización limitada (películas no aptas para exhibición en salas, por ejemplo¹⁴⁹). La estética *amateur* que resulta de las restricciones presupuestarias también pone un tope en las posibilidades de venta y le posibilita exclusivamente los mercados de TV, plataformas *on line* o DVD, aunque la inserción creciente de la alta definición en estos soportes está subiendo los estándares mínimos de producción.

Mientras casi toda la producción se hace a la medida del mercado de DVD, la mayoría de las películas entra en un saco vacío en nuestro país porque esa ventana de comercialización publica muy pocos títulos nacionales de género (ver punto 4.2). Los canales de distribución y exhibición alternativos tampoco alcanzan a absorber la oferta de estos productos.

En el ámbito internacional, el terror argentino tiene posibilidades de recupero de la inversión en formato de DVD. Sin embargo, pocas producciones lograron beneficios económicos en el exterior desprotegidos frente al desconocimiento de las empresas con las que entablan contratos y prácticas de *conta*Las pocas posibilidades de exhibición y

¹⁴⁹ Javier Diment (2011a) cuenta una anécdota al respecto: “Cuando hicimos *Aballay, el hombre sin miedo* había que hacer un envejecimiento. La encargada de los efectos especiales trabajaba para cámaras Z1 o X3. Cuando fuimos a verlo proyectado tuvimos que hacerlo de vuelta. Los efectos de mi película están buenísimos pero si los ves proyectados en alta definición se va todo a la mierda”.

distribución que parecen ser una consecuencia o paso posterior de la producción hecha con bajo presupuesto, son también una de las causas que perpetúan este modo de realización. Las oportunidades para las películas *mainstream* aún son tímidas y están más sujetas a los ciclos generales del mercado y a la disponibilidad de fondos estatales. Mientras tanto, la filmación subterránea tiene las llaves de una producción constante e innovadora que puede dar el salto profesional o industrial.

Si bien aún falta mucho trecho para caminar, los pasos del terror argentino se apoyan en una producción *amateur* y artesanal que nunca descansa. Tiene limitaciones económicas y formales pero también mucho potencial, considerando el desarrollo explosivo que hizo en sólo una década. El amor por el género y el cine es lo que sigue motivando a los directores y es su ventaja competitiva más fuerte, basada en una producción que no le debe nada a nadie.

Desafíos y futuros escenarios

Este estudio se ha concentrado sobre dos preguntas de investigación fundamentales. La primera apuntaba a analizar las causas del nacimiento de una producción masiva de terror en Argentina. Cómo hemos analizado en el capítulo 2, en toda la historia cinematográfica argentina se ha producido un promedio de cuatro películas de terror por década de 1930 a 2000. Aunque una mirada global exhibe un desarrollo más pleno en el conjunto de las industrias culturales. Estos datos muestran que el género no ha tenido un desarrollo muy amplio en nuestro país.

Sin embargo, a finales de los '90 empiezan a filmarse películas de terror que en poco tiempo superan la marca histórica nacional lle-

gando al centenar de largometrajes a finales de 2010. ¿Cuáles son las causas de esta explosión? El capítulo 3 explora tres motivos principales: a) la incubación de un ambiente cinéfilo alimentado con material foráneo que circuló en videoclubs, proyecciones especiales y ciclos televisivos; b) el estallido de las carreras y escuelas de cine que formaron miles de cineastas e impulsaron a miles de estudiantes a proyectar sus sueños detrás de cámara; c) las nuevas tecnologías digitales que posibilitaron la filmación, edición y hasta distribución casera y económica. Estos tres factores encendieron la mecha para tres tipos de producción: una artesanal que se maneja entre el bajo y mediano presupuesto, películas orientadas al mercado internacional con el mismo rango de costos (aunque hay excepciones más onerosas con películas financiadas por capitales extranjeros) y películas financiadas por el INCAA con presupuestos más acordes a la media nacional. El terror nacional no tiene estéticas marcadas y mira hacia la tradición estadounidense para crear monstruos nacionales.

La producción argentina escribe su presente sobre una historia que lleva casi un siglo. Una industria que utiliza la marca genérica para comercializar de manera homogénea los productos y los mercantiliza haciendo divisiones dentro de estas marcas con subgéneros que experimentan demandas cíclicas, como hemos visto en el capítulo 1. La mirada de la producción nacional de terror hacia la tradición del norte no es casual: EE.UU. ha explotado el género desde 1930 generando tendencias que cruzan sus fronteras con su propio material o capitalizado éxitos foráneos en todo el mundo.

El análisis desplegado en el punto 1.4 muestra que muchas economías periféricas insertaron productos en el mercado mundial allí donde EE.UU. había plantado su bandera exclusiva e incluso incentivó

la producción ibeoramericana que en muchos casos era virgen en materia de terror, a excepción de México y España que continúan siendo los productores líderes del mercado en castellano.

Respecto a los modos de supervivencia del género, los elementos desplegados en los capítulos 4 y 5 muestran un contexto complicado. Mientras las *majors* estadounidenses tienen intervención en las tres fases de circulación cinematográfica, el control de la distribución es clave y empuja a la producción de género nacional a las orillas de la comercialización alternativa. Las películas argentinas que estuvieron en condiciones de ser estrenadas comercialmente mostraron el triste promedio del cine argentino general: 11.000 espectadores. La única que fue distribuida por una empresa transnacional -*Sudor frío* (García Bogliano, 2011b)- tuvo un resultado más favorable en las salas. Sin embargo, estas películas fueron financiadas por el estado, por lo que no necesitaron de capital privado para realizarse.

Las películas nacionales circularon como pudieron: en canales de exhibición alternativos, en forma de DVD nacionales o internacionales y en otras ventanas menos significativas económicamente (televisión y distribución digital). El resultado de esta comercialización mostró un promedio mínimo de recupero. Como analizamos en los capítulos 4 y 5, surgieron iniciativas y empresas que crearon canales de exhibición y distribución alternativos: el Festival Buenos Aires Rojo Sangre ayudó a mostrar la producción como un corpus consolidado mientras VideoFlims y SRN Distribution ofrecieron a muchas de estas películas un formato de disco antes de que desaparezcan en el limbo cinematográfico después de su exhibición en el festival. Aunque los resultados económicos no son relevantes sí lo es su papel simbólico en su tarea de mostrar que el género de terror argentino no es un mito: es palpa-

ble en las pantallas de aquellos fanáticos que necesitan transfusiones de sangre fílmica.

Entonces, la pregunta continúa en pie: ¿Cómo se pudieron hacer casi 100 películas si no hay sustentabilidad económica? La respuesta está en las bases mismas de su creación: el bajo presupuesto, que define al género en sus expresiones históricas y mundiales (ver capítulo 1), permitió la generación y la subsistencia del terror nacional que se retroalimenta del bolsillo de los mismos cineastas, de sus ingresos por trabajos para otras empresas y de los exiguos retornos obtenidos en las fases de comercialización (que en varios casos es significativo respecto a la inversión inicial). El motor del movimiento no es el dinero sino el amor por el género. Se trata de un trabajo colectivo, más que individual, que crea nuevos lenguajes, formatos e imágenes apostando pocas monedas en metálico y millones en ideas, creatividad, talento y vocación por filmar.

En vista de este panorama, los desafíos no son pocos. El futuro del género depende de varios factores. En primer lugar, debe salir del *ghetto* en el que está encerrado. Todos los países dependen de su mercado interno para recuperar la inversión. Debe seducir al público argentino y mostrarle que es posible ver una buena película con monstruos nacionales. El gran problema radica en que los argentinos somos reticentes a ver nuestro propio cine y que la exhibición en las salas es un concepto que está tratando de sobrevivir pero que tiene el tiempo contado. Mientras el sistema de circulación física sobreviva, el INCAA debe garantizar la libre circulación de nuestras películas en su propio territorio que compiten deslealmente con importaciones estadounidenses. Sólo de esa manera el cine nacional, en general, y el terror, en particular, podrán llegar a los espectadores.

El terror argentino tiene varias batallas por pelear: una particular que la enfrenta a los fantasmas de la discriminación de un género considerado menor en un país donde se destinan todos los esfuerzos hacia producciones autorales de cine arte que ganan premios en festivales pero ahuyentan al público; y una general que la pone en el pelotón de todos los directores argentinos combatiendo épicos monstruos transnacionales que obstaculizan la comercialización.

Mientras tanto, el terror local sigue sobreviviendo a pulmón con el impulso de directores, productores, actores, guionistas, exhibidores, distribuidores y muchos más que aman el género y lo perpetúan. Conforman un grupo escondido en la selva cinematográfica y se adaptan a las transformaciones que modifican al contexto de la industria. Acechan agazapados su oportunidad para demostrar que pueden asustar al público nacional e internacional con los monstruos argentinos que crean detrás del follaje de la industria, y esperan el momento adecuado para tomar el mundo por asalto.

| BIBLIOGRAFÍA |

- Acereda Extremiana, A. (2001). Del criollismo a la urgencia existencial. Fatalidad y angustia en tres cuentos de Horacio Quiroga. *Castilla* (26), 7-18.
- Aguilar, Elián. (2011a). Entrevista realizada por la autora a Elián Aguilar, director argentino de cine de terror. Buenos Aires.
- Aguilar, Gonzalo. (2005). La generación del 60. La gran transformación del modelo. En C. España (Compilador), *Cine argentino: modernidad y vanguardias, 1957/1983* (Vol. 2, pp. 82-97). Buenos Aires: Fondo Nacional de Las Artes.
- Alfonso, Alfredo. (2005). Imágenes e imaginario de la crisis. Panorama audiovisual argentino sobre la crisis que tuvo su máxima expresión en diciembre de 2001. *Revista ALAIC, enero-junio* (2), 116-124.
- Altman, Rick. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós.
- Amatriain, Ignacio. (2009). *Una década de Nuevo Cine Argentino (1995-2005). Industria, crítica, formación, estéticas*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- Anchou, Gregorio. (2005a). La industria tradicional cierra filas. Argentina Sono Film entre los años 1961 y 1966. En C. España (Compilador), *Cine argentino: modernidad y vanguardias, 1957/1983* (Vol. 2, pp. 209-237). Buenos Aires: Fondo Nacional de Las Artes.
- Anchou, Gregorio. (2005b). Vieyra exporta terror. En C. España (Compilador), *Cine argentino: modernidad y vanguardias, 1957/1983* (Vol. 2, pp. 624): Fondo Nacional de las Artes.
- Andrew, Dudley. (1984). *Concepts in film theory*. Nueva York: Oxford University Press.
- Arahuete, Pablo. (2011, 3 de febrero). *Hernán Moyano: Hay una bajada de línea que dice que nosotros tenemos que producir cine más comprometido*. Cine

- Freaks. Consultado el 12 de marzo, 2012, de http://www.cinefreaks.com.ar/web/nota.php?zna=&iSWE_ID_0=60&iSWE_ID_1=75&iENC_ID=1782
- Basile, Emiliano. (2012, 6 de febrero). *Cristina Brondo: "Penumbra no es para nada la típica peli de sustos"*. Escribiendo Cine. Consultado el 17 de febrero, 2012, de <http://www.escribiendocine.com/entrevistas/cristina-brondo-%E2%80%9Cpenumbra-va-a-llegar-mucho-al-publico-argentino-ya-que-no-es-para-nada->
 - Battle, Diego. (2011, 17 de febrero). *Sudor frío, de Adrián García Bogliano. Un género que pide pista*. Otros cines. Consultado el 19 de mayo, 2011, de http://www.otroscines.com/criticas_detalle.php?idnota=5134
 - Battle, Diego. (2010). *Mazure realiza su balance y anticipa los planes para 2010*. Otros Cines. Consultado el 15 de marzo, 2012, de http://www.otroscines.com/noticias_detalle.php?idnota=3804
 - Baumgarten, Marjorie. (2005, 22 de abril). *Habitaciones para turistas (Rooms for Tourists)*. Austin Chronicle. Consultado el 14 de marzo, 2012, de <http://www.austinchronicle.com/screens/2005-04-22/267682/>
 - Becerra, Martín, y Mastrini, Guillermo. (2009). *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.
 - Bernades, Horacio. (2012, 9 de febrero). *De la banalidad a la extrañeza*. Página/12. Consultado el 17 de febrero, 2012, de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/5-24317-2012-02-09.html>
 - Campero, Agustín. (2009). *Supongamos que existe una política cinematográfica*. En S. Wolf (Compilador), *Cine argentino. Estéticas de la producción* (pp. 15-40). Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires.
 - Cantú, Mariela. (2008). *Artes audiovisuales en Argentina: horizontes posibles*. En E. Russo (Compilador), *Hacer cine: producción audiovisual en América Latina* (pp. 401-416). Buenos Aires: Paidós.
 - Carletti, Eduardo. (2005). *Cine de terror argentino elogiado en Nueva York*. Axxon. Consultado el 24 de marzo de 2010, de <http://axxon.com.ar/not/157/c-1570133.htm>

- Carroll, Noel. (2005). *Filosofía del terror o paradojas del corazón*. Madrid: A. Machado Libros.
- Cattaneo, Mariano. (2011). Entrevista realizada por la autora a Mariano Cattaneo, director argentino de cine de terror. Buenos Aires.
- Clarín.Com. (2008, 19 de abril). *El cine de terror argentino tendrá sucursal en Hollywood*. Clarín. Consultado el 24 de marzo, 2010, de <http://www.clarin.com/diario/2008/04/19/um/m-01654790.htm>
- Clover, Carol. (1993). *Men, women, and chain saws: Gender in the modern horror film*. New Jersey (EEUU): Princeton University Press.
- Colombres, Adolfo, y Scafati, Luis. (2008). *Seres mitológicos argentinos*. Buenos Aires: Ediciones Colihue SRL.
- Conde, Pablo, y Merida, Pedro. (2008). *Cine bizarro y fantástico hispano-argentino entre dos siglos*. Estepona (España): Gráficas Medina.
- Cones, John. (1997). *The feature film distribution deal: a critical analysis of the single most important film industry agreement*: Southern Illinois Univ Pr.
- Connolly, Robert. (2008). Embracing innovation: A new methodology for feature film production in Australia. *white paper, Australian Film Television and Radio School, Centre for Screen Business, Melbourne*.
- Cortázar, Julio. (1995). *Bestiario (1951). Cuentos Completos, 1*.
- Cortázar, Julio. (1968). *Las armas secretas*: Editorial Sudamericana.
- Coviello, Lázaro. (2007). Llovían cuerpos desnudos. En E. Gandolfo & E. Hojman (Compiladores), *El terror argentino. Cuentos*. Buenos Aires: Alfaguara.
- Creed, Barbara. (1993). *The monstrous-feminine: Film, feminism, psychoanalysis* (Vol. 6). Londres: Routledge London.
- Curubeto, Diego. (2003). ¡Carne sobre carne! En P. Tombs (Compilador), *Mondo Macabro: el cine más alucinante y extraño del planeta*. (pp. 168-175). Barcelona: Circulo Latino, S.L. Editorial.
- Curubeto, Diego. (1996). *Cine bizarro. Cien años de películas de terror, sexo y violencia*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

- Curubeto, Diego, y Peña, Fernando. (2001). *Cine de súper acción: Cine clásico y de culto en la TV argentina 1961-1993*. Buenos Aires: Norma.
- Choi, Jinhee, y Wada-Marciano, Mitsuyo. (2009). *Horror to the extreme: changing boundaries in Asian cinema*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Church, David. (2006). *Scream and Scream Again. Return of the return of the repressed: Notes on the American Horror Film (1991-2006) Offscreen, 10* (10).
- D'aleccio, María Eugenia (2012, 4 de febrero). *Penumbra, suspenso y terror*. La Nación. Consultado el 17 de febrero, 2012, de <http://www.lanacion.com.ar/1445797-penumbra-suspenso-y-terror>
- Damore, Damián. (2012, 8 de febrero). *Terror argentino*. Clarín. Consultado el 17 de febrero, 2012, de http://www.clarin.com/espectaculos/cine/Terror-argentino_0_642535761.html
- De La Vega, Daniel. (2011). Entrevista realizada por la autora a Daniel de la Vega, director argentino de cine de terror. Buenos Aires.
- DEG. (2008). *Home Entertainment Supply Chain Study*. The Digital Entertainment Group, Teradata, Capgemini. Consultado el 31 de enero, 2012, de <http://www.degonline.org/>
- Di Cicco, María Inés. (22 de abril). *El terror argentino busca afianzarse con Esquenazi*. La Nueva Provincia. Consultado el 22 de marzo, 2010, de http://www.lanueva.com/edicion_impresa/nota/22/04/2008/84m098.html
- Di Tella, Andrés. (2008). Recuerdos del nuevo cine argentino. En E. Russo (Compilador), *Hacer cine: producción audiovisual en América Latina* (pp. 243-256). Buenos Aires: Paidós.
- Díaz-Zambrana, Rosana, y Tomé, Patricia. (2012). *Horrofilmico. Aproximaciones al cine de terror en Latinoamérica y el Caribe*. San Juan (Puerto Rico): Isla Negra Editores.
- Diment, Javier. (2011a). Entrevista realizada por la autora a Javier Diment, director argentino de cine de terror. Buenos Aires.
- Elberse, Anita. (2008). Should you invest in the long tail? *Harvard Business Review, 86* (7/8), 88.

- Elberse, Anita, y Oberholzer-Gee, Felix. (2006). *Superstars and underdogs: An examination of the long tail phenomenon in video sales*. Division of Research, Harvard Business School. Consultado el 26 de diciembre, 2011, de http://www.aeaweb.org/annual_mtg_papers/2007/0107_1015_1002.pdf
- España, Claudio. (2005). *Cine argentino: modernidad y vanguardias, 1957/1983*. Buenos Aires: Fondo Nacional de Las Artes.
- Fabbro, Gabriela. (1994). Las cooperativas de trabajo. En C. España (Compilador), *Cine argentino en democracia. 1983-1993* (Vol. 3, pp. 288-289). Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- Falicov, Tamara. (2004). US-Argentine Co-productions, 1982-1990: Roger Corman, Aries Productions,” Schlockbuster” Movies, and the International Market. *Film & History: An Interdisciplinary Journal of Film and Television Studies*, 34 (1), 31-38.
- Falletti, Michael. (2009). *Blood money*. New York University. Consultado el 20 de diciembre, 2011, de <https://files.nyu.edu/mpf261/public/Blood%20Money.pdf>
- Farsa Producciones. (s/f). *Prensa. Preguntas usuales*. Consultado el 16 de febrero, 2012, de <http://www.farsaproducciones.com.ar/prensa.htm>
- Félix-Didier, Paula. (2002). Soñando con Hollywood: Los estudios Baires y la industria cinematográfica en Argentina. *Studies in Latin American Popular Culture*, 21, 77-103.
- Feshami, Kevan. (2010). *That blood is real because “I just can’t fake it”: conceptualizing, contextualizing, marketing, and delivering gore in Herschell Gordon Lewis’s Blood Feast*. Tesis de Maestría, Bowling Green State University.
- Forte, Fabián. (2011). Entrevista realizada por la autora a Fabián Forte, director argentino de cine de terror. Buenos Aires.
- Frías, Miguel. (2012, 9 de febrero). *Consortio de terror*. Clarin. Consultado el 17 de febrero, 2012, de http://www.clarin.com/espectaculos/cine/Consortio-terror_0_643135693.html

- Gandolfo, Elvio. (2007). *El libro de los géneros*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Gandolfo, Elvio, y Hojman, Eduardo. (2007). *El terror argentino. Cuentos*. Buenos Aires: Alfaguara.
- García Bogliano, Adrián. (2011a). Entrevista realizada por la autora a Adrián García Bogliano, director argentino de cine de terror. Buenos Aires: Pauraflics.
- García, Eugenia. (2003, 28 de noviembre). *Cuando la sangre es pasión de multitudes*. Página/12. Consultado el 26 de marzo, 2010, de <http://www.pagina12.com.ar/diario/espectaculos/6-28621-2003-11-28.html>
- Garnham, Nicholas. (1990). *Capitalism and communication: Global culture and the economics of information*: Sage Pubns.
- Getino, Octavio. (2009). *Industrias del audiovisual argentino en el mercado internacional: el cine, la televisión, el disco y la radio*. 2009: Ediciones Ciccus.
- Getino, Octavio. (2008). *El capital de la cultura*: Ediciones Ciccus.
- Getino, Octavio. (2005). *Cine argentino: entre lo posible y lo deseable* (2 ed.). Buenos Aires: Ediciones CICCUS.
- Getino, Octavio, y Schargorodsky, Héctor. (2008). *El cine argentino en los mercados externos. Introducción a una problemática económica y cultural*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Goity, Elena. (1994). Enseñanza cinematográfica. En C. España (Compilador), *Cine argentino en democracia* (Vol. 3, pp. 243-255). Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- Gomery, Douglas. (1998). Hollywood corporate business practice and periodizing contemporary film history. En S. Neale & M. Smith (Compiladores), *Contemporary Hollywood Cinema* (Vol. 57, pp. 47-73). Nueva York: Routledge.
- Gomery, Douglas. (1996). The economics of the horror film. En J. B. Weaver & R. Tamborini (Compiladores), *Horror Films: Current Research on Audience Preferences and Reactions* (pp. 49-62). Nueva Jersey: Routledge.

- Gomery, Douglas. (1989). Media economics: Terms of analysis. *Critical Studies in Media Communication*, 6 (1), 43-60.
- Gomery, Douglas. (1986). *The Hollywood studio system*. Nueva York: St. Martin's Press New York.
- Gomery, Douglas. (1980). Economic struggle and Hollywood imperialism: Europe converts to sound. *Yale French Studies* (60), 80-93.
- Gomery, Douglas. (1979). The Movies Become Big Business: Publix Theatres and the Chain Store Strategy. *Cinema Journal*, 18 (2), 26-40.
- González, Atilio. (2007). *Exhibición alternativa de cine en la Capital Federal*. Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. Consultado el 20 de septiembre, 2010, de <http://www.parquedelaciudad.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/ensayo-roque-gonzalez.doc>
- Guback, Thomas. (1985). Non-market factors in the international distribution of American fGuback, Thomas. (1969). *The international film industry*. Londres: Indiana University Press Bloomington.
- Gubern, Roman, y Prat, Joan. (1979). *Las raíces del miedo*. Barcelona: Tusquets Editores.
- Haak, Christopher. (2011). *Direct-to-DVD: From Syfy to the Majors*. Tesis de Maestría, Ohio University, Ohio (EEUU).
- Hawkins, Joan. (2009). Culture wars: some new trends in art horror. *Jump Cut: A Review of Contemporary Media*, 51, 1-11.
- Hawkins, Joan. (1999). Sleaze Mania, Euro-Trash, and High Art: The Place of European Art Films in American Low Culture. *Film Quarterly*, 53 (2), 14-29.
- Heffernan, Kevin. (2002). Inner-City Exhibition and the Genre Film: Distributing "Night of the Living Dead" (1968). *Cinema Journal*, 41 (3), 59-77.
- INCAA. (2011a). Anuario de la industria del cine 2010. En Gerencia de Fiscalización (Ed.). <http://www.incaa.gov.ar/>: INCAA.
- INCAA. (2011b). Costo medio de una película nacional (Vol. Res. 2204/11). <http://www.incaa.gov.ar/>: INCAA.

- INCAA. (2011c). Impuestos sobre la producción internacional (Vol. Resolución N° 2114/2011): Boletín oficial.
- INCAA. (2011d). Modificación del régimen de subsidio por otros medios de exhibición, Res. 2202/2011/INCAA. <http://www.incaa.gov.ar/castellano/assets/images/fomento/Resol2202-11yMod..pdf>: INCAA.
- INCAA. (2009). Llamado a concurso de películas digitales (Vol. Resolución N° 2738/2009): Boletín digital.
- INCAA. (2008). Expediente Penumbra (Vol. Expediente 2615/2008). INCAA.
- INCAA. (2006). Modificación de la Resolución 2016/2004, en relación con la aplicación del régimen de cuota de pantalla. En R. 1582/2006 (Ed.). Boletín Oficial.
- INCAA. (2004a). Cuota de pantalla. En INCAA (Ed.), *Resolución 2016/2004*. Boletín Oficial.
- INCAA. (2004b). Expediente Visitante de Invierno (Vol. Expediente 0262/04).
- Isla, Alejandro. (1988). Terror, memory and responsibility in Argentina. *Critique of Anthropology*, 18 (2), 134-156.
- Jenkins, Henry. (2009). *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Kohen, Héctor, y Fabbro, Gabriela. (1994). Ópera prima. En C. España (Compilador), *Cine argentino en democracia* (Vol. 3, pp. 243-255). Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- Koruk, Christian. (2011). Entrevista realizada por la autora a Christian Koruk, productor argentino de cine de terror. Buenos Aires.
- Kristeva, Julia. (1982). *Powers of horror: An essay on abjection*: Columbia University Press (New York).
- La Ferla, Jorge. (2008). El cine argentino. Un estado de situación. En E. Russo (Compilador), *Hacer cine: producción audiovisual en América Latina* (pp. 201-214). Buenos Aires: Paidós.

- La Gaceta. (2010). “Una de cada cuatro personas que estudia cine en el mundo es argentina”. *Entrevista a Eduardo Russo*. Consultado el 16 de febrero, 2012, de http://www.lagaceta.com.ar/nota/399248/Informaci%C3%B3n_General/Una-cada-cuatro-personas-estudia-cine-mundo-argentina.html
- Langford, Barry. (2005). *Film genre: Hollywood and beyond*. Edinburgo: Edinburgh University Press.
- Lavia, Darío. (2012). Ignotos del fantástico argentino: cine, Radio, TV, Teatro. En D. Lavia (Compilador), *Libro de oro Cinefania. 2011-2012* (pp. 28-35). Buenos Aires: <http://www.cinefania.com/>.
- Lavia, Darío. (2011). Entrevista realizada por la autora a Darío Lavia, crítico de cine (Cinefania). Buenos Aires.
- Lavia, Darío. (2008). *Evolución del cine de terror argentino*. Cinefania. Consultado el 24 de marzo, 2010, de <http://www.cinefania.com/terroruniversal/index.php?id=186>
- Lee, Sang-Woo, y Waterman, David. (2007). Theatrical feature film trade in the United States, Europe, and Japan since the 1950s: An empirical study of the home market effect. *Journal of Media Economics*, 20 (3), 167-188.
- Leguiza, Marcelo. (2011a). Entrevista realizada por la autora a Marcelo Leguiza, director argentino de cine de terror. Buenos Aires: Mutazion Producciones.
- Lionsgate. (2011). *2011 Annual Report to Shareholders*. Lionsgate. Consultado el 31 de enero, 2012, de <http://investors.lionsgate.com/>
- Lobato, Ramon, y Ryan, Mark. (2010). Rethinking genre studies through distribution analysis: issues in international horror movie circuits. *New Review of Film and Television Studies*, 9 (2), 188-203.
- López, Daniel. (2005a). El cine que da ganancia. Productores desde 1957. En C. España (Compilador), *Cine argentino: modernidad y vanguardias, 1957/1983*. (Vol. 2, pp. 238-267). Buenos Aires: Fondo Nacional de Las Artes.
- López, Daniel. (2005b). Olmedo-Porcel. Aptas para todo público. En C. España (Compilador), *Cine argentino: modernidad y vanguardias, 1957/1983* (Vol. 2, pp. 782-783). Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.

- López Iscafre, Claudio. (2011). *Argentina de terror*. Revista Noticias. Consultado el 20 de octubre, 2011, de <http://www.revista-noticias.com.ar/comun/nota.php?art=3364&ed=1805>
- Losilla, Carlos. (1993). *El cine de terror: Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Lu, Weiting, Waterman, David, y Yan, Zhaoxu. (2005). Changing markets, new technology, and violent content: An economic study of motion picture genre trends, *33rd annual TPRC conference*. Washington DC.
- Lugones, Leopoldo. (1992). *La guerra gaucha*. Buenos Aires: Losada.
- Magariños, Germán. (2011a). Entrevista realizada por la autora a Germán Magariños, director argentino de cine de terror. Buenos Aires: Gorevisión.
- Manrupe, Raúl, y Portela, María. (2001). *Un diccionario de films argentinos (1930-1995)* (Vol. 1). Buenos Aires: Corregidor.
- Maranghello, César. (2005). La censura, con nuevo orden legal. En C. España (Compilador), *Cine argentino: modernidad y vanguardias, 1957/1983* (Vol. 2, pp. 524-531). Buenos Aires: Fondo Nacional de Las Artes.
- Marino, Santiago. (2011). El Caso Argentina, *Revisión comparada de las políticas públicas cinematográficas en Latinoamérica (En prensa)*: Resultados del Proyecto “Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en un mercado digital II” Código A/024079/09. Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
- Martínez, Adolfo. (2004, 16 de mayo). *El caballero del miedo*. La Nación. Consultado el 11 de febrero, 2012, de <http://www.lanacion.com.ar/601532-el-caballero-del-miedo>
- Matamoros, David. (2009). *Distribución y marketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.
- Mazurek, Sergio. (2011a). Entrevista realizada por la autora a Sergio Mazurek, director argentino de cine de terror. Buenos Aires.

- Mc Fly, Pablo. (2011, 22 de diciembre). *Las más vistas del año de la taquilla nacional* Cine con Mc Fly. Consultado el 21 de marzo, 2012, de <http://cinconmcfly.com.ar/2011/12/las-mas-vistas-del-ano-de-la-taquilla.html>
- Mendoza, Gustavo. (2011). Entrevista realizada por la autora a Gustavo Mendoza, director argentino de cine de terror. Buenos Aires.
- Milsztjan, Fernando. (2007, agosto). For export de terror. *Haciendo cine*, 26-30.
- Ministerio De Cultura De Colombia. (2004). Manual de gestión de salas alternas de cine. Bogotá (Colombia): Ministerio de Cultura de Colombia.
- Modleski, Tania. (1986). The terror of pleasure: The contemporary horror film and postmodern theory. *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*, 155-166.
- Moore, María José, y Wolkowicz, Paula. (2005). Sobre monstruos, dobles y anormalidades. El terror en el cine argentino en las décadas de 1940 y 1950. En A. L. Lusnich (Compilador), *Civilización y barbarie en el cine argentino y latinoamericano* (pp. 61-83). Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Moyano, Hernán. (2012a, 18 de febrero). *Distribución, deseo y decepción*. Blog personal de Hernán Moyano. Consultado el 23 de febrero, 2012, de <http://hernanmoyano.wordpress.com/2012/02/18/distribucion-deseo-y-decepcion/>
- Moyano, Hernán. (2012b, 4 de marzo). *Distribuir una película y no morir en el intento*. Blog personal de Hernán Moyano. Consultado el 10 de marzo, 2012, de <http://hernanmoyano.wordpress.com/2012/03/04/distribuir-una-pelicula-y-no-morir-en-el-intento/>
- Moyano, Hernán. (2012c, 31 de enero). *Filma o muere!* Blog personal de Hernán Moyano. Consultado el 23 de febrero, 2012, de <http://hernanmoyano.wordpress.com/2012/01/31/filmar-o-muere/>
- Moyano, Hernán. (2011). Entrevista realizada por la autora a Hernán Moyano, productor argentino de cine de terror. Buenos Aires: Pauraflics.

- Mujica Lainez, Manuel. (1950). *Misteriosa Buenos Aires*. Buenos Aires.
- Murschetz, Paul, y Mierzejewska, Bozena. (2004). Cinema Distribution and Exhibition in Austria—An Analysis of the Economics of Market Failure and Imperfect Competition, *6th World Economics Conference*. Montreal (Canadá).
- Neale, Stephen. (2000). *Genre and Hollywood*. Londres: Routledge.
- Newbery, Charles. (2010). *Argentina horror films going low-budget*. Variety. Consultado el 30 de marzo, 2010, de <http://www.cykfilms.com/esp/images/variety.pdf>
- Newbery, Charles. (2008, 31 de octubre). *BARS horrifies Argentina*. Variety. Consultado el 29 de marzo, 2010, de <http://www.variety.com/blog/1390000339/post/800035880.html>
- Oliveros, Mariano. (2012, 4 de enero). *El Cine en Argentina 2011 - Balance de las Más Vistas*. Taquilla Nacional. Consultado el 21 de marzo, 2012, de <http://marianoliveros.wordpress.com/2012/01/04/el-cine-en-argentina-2011-balance-de-las-mas-vistas/>
- Olmedo, Nadina. (2012). De los Cárpatos a la Patagonia o la mudanza de los vampiros: Gótico y Exploitation Cinema en Argentina. En R. Díaz-Zambrana & P. Tomé (Compiladores), *Horrofilmico. Aproximaciones al cine de terror en Latinoamérica y el Caribe* (pp. 230-244). San Juan (Puerto Rico): Isla Negra Editores.
- Pagnoni Berns, Fernando. (2012). Cine de terror argentino: Historia, temas y estéticas de un género en el período clásico. En R. Díaz-Zambrana & P. Tomé (Compiladores), *Horrofilmico. Aproximaciones al cine de terror en Latinoamérica y el Caribe* (pp. 432-451). San Juan (Puerto Rico): Isla Negra Editores.
- Panessi, Hernán. (2012, 8 de febrero). “*Es -por mucho- nuestra película con mejor factura*”. Haciendo cine. Consultado el 9 de marzo, 2012, de <http://www.haciendocine.com.ar/article/%E2%80%9Ces-por-mucho-nuestra-pel%C3%ADcula-con-mejor-factura%E2%80%9D>
- Panessi, Hernán. (2010a, 18 de noviembre). *Entrevista a VideoFlims: “Todos los días nos levantamos pensando que esta escena va a hacer historia”*. A sala llena

on line. Consultado el 29 de marzo, 2010, de <http://www.asalallenaonline.com.ar/entrevistas/92-distribuidoras/278-entrevista-a-videoflims-.html>

- Panessi, Hernán. (2010b). Entrevista realizada por la autora a Hernán Panessi, socio de Videoflims. Buenos Aires.
- Panessi, Hernán. (2010c). Nuevo Cine Independiente: La vanguardia cinematográfica desde Argentina. *Revista 24 Cuadros* (Septiembre).
- Panessi, Hernán. (2009). *Pablo Parés: "Hacer 100% Lucha estuvo lejos de cumplir cualquier deseo o sueño... más bien fue una pesadilla..."*. Escribiendo cine. Consultado el 29 de marzo, 2010, de <http://www.escribiendocine.com/entrevistas/pablo-pares-hacer-100-lucha-estuvo-lejos-de-cumplir-cualquier-deseo-o-sueno-mas-bien-fue>
- Pank, Peter. (2011). Entrevista realizada por la autora a Peter Pank, actor argentino y uno de los fundadores del Cine Club La Cripta. Buenos Aires: Cine Club.
- Parés, Pablo. (2012a, 13 de enero). *El nuevo mundo*. Nuevo cine alternativo. Consultado el 15 de marzo, 2012, de <http://nuevocinealternativo.blogspot.com/2012/01/estamos-en-2012-estamos-en-un-mundo.html>
- Parés, Pablo. (2012b, 24 de enero). *Nene, callate la boca*. Nuevo cine alternativo. Consultado el 15 de marzo, 2012, de <http://nuevocinealternativo.blogspot.com.ar/2012/01/nene-callate-la-boca.html>
- Parés, Pablo. (2011a). Entrevista realizada por la autora a Pablo Parés, director argentino de cine de terror. Buenos Aires: Farsa Producciones.
- Parés, Pablo. (2011b, 12 de diciembre). *Sobre el modo de estreno online*. Nuevo cine alternativo. Consultado el 5 de marzo, 2012, de <http://nuevocinealternativo.blogspot.com/2011/12/sobre-el-nodo-de-estreno-online.html>
- Parés, Pablo. (2011c, 8 de octubre). *Soy fan de POST*. Nuevo cine alternativo. Consultado el 14 de marzo, 2012, de <http://nuevocinealternativo.blogspot.com/2011/10/soy-fan-de-post.html>
- Pendakur, Manjunath. (1990). *Canadian dreams and American control: The political economy of the Canadian film industry*. Detroit (EEUU) Wayne State Univ Pr.

- Perelman, Pablo, y Selvach, Paulina. (2004). La industria cinematográfica en la Argentina: entre los límites del mercado y el fomento estatal. (Vol. 1). Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales.
- Poder Legislativo De La República Argentina. (1994/08/19). Ley 24377. Cinematografía. Modificaciones a la ley 17741: Boletín Oficial.
- Pollachi, Paula. (2011). Entrevista realizada por la autora a Paula Pollachi, directora argentina de cine de terror. Buenos Aires.
- Puig, Alexis. (2010). *Pantalla freak. Películas, personajes y situaciones bizarras*. Buenos Aires: Fan ediciones.
- Quartesan, Alessandra, Romis, Mónica, y Lanzafame, Francesco. (2007). Las industrias culturales en América Latina y el caribe: Desafíos y oportunidades. *BID*.
- Raña, Matías. (2010). *Guerreros del cine*. Buenos Aires: Fan ediciones.
- Rébora, Alejo. (2011). Entrevista realizada por la autora a Alejo Rébora, director y distribuidor argentino de cine de terror. Buenos Aires: Sarna producciones.
- Risner, Jonathan. (inédito). Killers on the Pampa: Gender, Cinematic Landscapes, and the Transnational Slasher in Adrián García Bogliano's Habitaciones para turistas and 36 Pasos: Universidad de Carolina del Norte.
- Risner, Jonathan. (En imprenta). Is it There?: Specters of the Dirty War in Contemporary Argentine Horror Cinema. En D. Ingruber & U. Prutsch (Compiladores), *The Argentine Film*. Münster/Berlin/Vienna/Zurich: LIT Verlag.
- Risner, Jonathan. (2012). *Blood runs: the circulation of argentine horror cinema in Argentina and the United States*. Tesis de Doctorado, Universidad de Carolina del Norte, Chapel Hill (EEUU).
- Risner, Jonathan. (2011). This city is killing me: The circulation of Argentine horror cinema and Buenos Aires in Pablo Pars and Daniel de la Vega's Jennifer's Shadow (2004) and De la Vega's Death Knows Your Name (2007). *Studies in Hispanic Cinema*, 7 (1), 23-34.

- Rockoff, Adam. (2002). *Going to pieces: the rise and fall of the slasher film, 1978-1986*. Carolina del Norte (EEUU): McFarland.
- Romaguera I Ramió, Joaquim. (1999). *El lenguaje cinematográfico: Gramática, géneros, estilos y materiales*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Rosario Cine. (2009). *Apogeo del cine de terror criollo...?* Consultado el 24 de marzo, 2010, de <http://www.rosariocine.com.ar/?sitio=noticias&numero=163>
- Ruétalo, Victoria, y Tierney, Dolores. (2009). *Latsploitation, exploitation cinemas, and Latin America*. Nueva York: Routledge.
- Rugna, Demian. (2011). Entrevista realizada por la autora a Demian Rugna, director argentino de cine de terror. Buenos Aires.
- Rugna, Demian. (2008). *El BAFICI y el fantástico. Carta al INCAA*. Cinefania. Consultado el 25 de febrero, 2012, de <http://www.cinefania.com/festival/index.php?c=bafici>
- Russo, Juan Pablo. (2011, 2 de febrero). *Adrián García Bogliano: "Con Sudor Frio tenemos una película que es una bomba"*. Haciendo cine. Consultado el 19 de mayo, 2011, de <http://www.escribiendocine.com/entrevistas/adriangarcia-bogliano-con-sudor-frio-tenemos-una-pelicula-que-es-una-bomba>
- Russo, Juan Pablo. (2009, 31 de julio). *HorrAR: El Terror Indie Argentó que triunfa en el mundo*. Escribiendo cine. Consultado el 25 de febrero, 2012, de <http://www.escribiendocine.com/articulos/horrar-el-terror-indie-argento-que-triunfa-en-el-mundo>
- Ryan, Mark. (2009). Whither culture? Australian horror films and the limitations of cultural policy. *Media International Australia incorporating Culture and Policy* (133), 43-55.
- Ryan, Mark. (2008). *A dark new world: anatomy of australian horror films*. Tesis Doctoral, Queensland University of Technology, Queensland.
- Ryan, Mark, y Hearn, Greg. (2010). Next generation 'filmmaking': new markets, new methods and new business models. *Media International Australia: Incorporating Culture and Policy* (136), 133-145.

- Sapere, Pablo. (2010). Entrevista realizada por la autora a Pablo Sapere, programador del BARS. Buenos Aires.
- Sapere, Pablo. (2007a). *Cine de terror argentino olvidado: Seis Pasajes al Infierno*. Cinefania. Consultado el 3 de febrero, 2012, de <http://www.cinefania.com/terroruniversal/index.php?id=165>
- Sapere, Pablo. (2007b). *El Hombre Bestia o las aventuras del Capitán Richard. Pionera del cine fantástico argentino* Quinta dimensión. Consultado el 9 de febrero, 2012, de <http://www.quintadimension.com/article351.html>
- Schatz, Thomas. (1981). *Hollywood genres: Formulas, filmmaking, and the studio system*. Nueva York: Random House New York.
- Scherer, Fabiana. (2001, 12 de octubre). *Cine de Súper Acción, un ciclo que hizo historia en la TV*. La Nación. Consultado el 15 de febrero, 2012, de <http://www.lanacion.com.ar/190241-cine-de-super-accion-un-ciclo-que-hizo-historia-en-la-tv>
- Scherer, Fabiana. (2000, 27 de febrero). *En Halloween, el terror gana la pantalla grande*. La Nación. Consultado el 17 de febrero, 2012, de <http://www.lanacion.com.ar/191028-en-halloween-el-terror-gana-la-pantalla-grande>
- Scherer, Fabiana. (1998, 13 de noviembre). *El terror gasolero en alza*. La Nación. Consultado el 25 de marzo, 2010, de http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=195435
- Scherer, Fabiana. (1997, 28 de agosto). *El culto por lo extraño*. Página/12. Consultado el 25 de marzo, 2010, de http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=75760
- Schneider, Arnd. (1998). *Tales of Terror and Tango*. *Anthropology Today*, 14 (6), 16-17.
- Schneider, Steven. (2002). *World Horror Cinema and the US: Bringing it all back home*. Comunicación presentada a Media in Transition 2: Globalization and Convergence, MIT, Cambridge, Massachusetts, (EEUU).
- Schneider, Steven, y Williams, Tony. (2005). *Horror international*. Detroit (EEUU): Wayne State University Press.

- Seltzer, Mark. (1998). *Serial killers: Death and life in America's wound culture*. Nueva York: Psychology Press.
- Sinca. (2012). En Sistema de Información Cultural de la Argentina (Secretaría de Cultura de la Nación) (Ed.). Buenos Aires: <http://sinca.cultura.gov.ar/>.
- Stam, Robert. (2000). *Film theory: an introduction*. Reino Unido: Wiley-Blackwell.
- Stewart, Susan. (1982). The Epistemology of the Horror Story. *The Journal of American Folklore*, 95 (375), 33-50.
- Thompson, Kristin. (1985). *Exporting entertainment: America in the world film market 1907-34*: BFI Publishing.
- Tierney, Dolores. (2009). El terror en *El beso de la mujer araña*. *Revista iberoamericana*, 68 (199), 355-365.
- Tombs, Pete. (2003). *Mundo Macabro: el cine más alucinante y extraño del planeta*. Barcelona: Circulo Latino, S.L. Editorial.
- Torterola, Emiliano. (2009). El Nuevo Cine Argentino en la encrucijada actual. Desequilibrios y desafíos en la industria cinematográfica nacional. En I. Amatriain (Compilador), *Una década de Nuevo Cine Argentino (1995-2005)*. *Industria, crítica, formación, estéticas* (pp. 191-206). Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- Tudor, Andrew. (1989). *Monsters and mad scientists: A cultural history of the horror movie*. Londres: Blackwell Pub.
- Ultracine. (2012). Datos de taquilla de Penumbra y Lo siniestro: Ultracine.
- Ultracine. (2011a). *Anuario 2010 Ultracine*. Buenos Aires: Ultracine.
- Ultracine. (2011b). Reporte: Ranking de películas de terror 2000-2011. Buenos Aires.
- Unión Argentina De Videoeditores. (2007). La industria cinematográfica y del entretenimiento hogareño en Argentina. Buenos Aires: <http://www.uav.org.ar/>.

- Valenzuela, Andrés. (2009, 29 de octubre). *Diez años gritando de miedo*. Página/12. Consultado el 12 de marzo, 2012, de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/5-15811-2009-10-29.html>
- Vallina, Carlos. (2011). Entrevista realizada por la autora a Carlos Vallina, crítico de cine y académico (UNLP). La Plata.
- Verdaasdonk, Dorothee. (2005). Film Festivals and Awards as a marketing tool for film exploitation, *American Sociological Association* (pp. 1-11). Philadelphia: Erasmus University Rotterdam.
- Villegas, Juan. (2011a). El género en el cine arg. Villegas, Juan. (2011b, 23 de marzo). *Gritos de horror a la criolla*. Revista Ñ. Consultado el 9 de marzo, 2012, de http://www.revistaenie.clarin.com/escenarios/cine/Gritos-horror-criolla_0_449355246.html
- Wain, Martín. (2004, 26 de noviembre). *Terror puertas afuera*. La Nación. Consultado el 25 de marzo, 2010, de http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=657268
- Wasko, Janet. (2006). La economía política del cine. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 95-110.
- Wasko, Janet. (2003). *How Hollywood Works*: Sage Publications Ltd.
- Wasko, Janet. (1999). The political economy of film. *A companion to film theory*, 221-233.
- Wasko, Janet. (1995). *Hollywood in the information age: beyond the silver screen*: Univ of Texas Pr.
- Wasko, Janet. (1982). *Movies and money: Financing the American film industry*: Ablex Publishing Corporation Norwood, NJ.
- Waterman, David. (2007). The effects of technological change on the quality and variety of information products. *Economics of Innovation and New Technology*, 16 (8), 587-594.
- Wichlacz, Sarah. (1997). *Gore: gross but legitimate*. Weiner Dog Productions. Consultado el 20 de septiembre, 2010, de <http://www.wdog.com/sarah/gore.htm>

- Wood, Robin. (1985). An introduction to the American horror film. *Movies and methods*, 2, 195–220.
- Wright, Will. (1977). *Six guns and society: a structural study of the western*. California: University of California Press.
- Wyatt, Justin. (1994). *High concept: Movies and marketing in Hollywood*. Austin: University of Texas Press.
- Yannoulas, Mario. (2006, 26 de octubre). *Cuando lo barato sale barato*. Página/12. Suplemento No. Consultado el 20 de septiembre, 2010, de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/12-2481-2006-10-27.html>

| FILMOGRAFÍA |

- Adams, Marcus (2002). *El juego de los espíritus (Long Time Dead)*, EEUU: Universal.
- Aguilar, Elián (2009). *Rojo Sangre: 10 años a puro género*, Argentina.
- Aguilar, Ernesto (2011b). *Bathory*. En MarGenCine (Producción), Argentina.
- Algora, Jorge (2007). *El niño de barro (The mud boy)*, Argentina/ España.
- Amenábar, Alejandro (2001). *Los otros (The others)*, EEUU/España/Francia/Italia: Buena Vista International.
- Arias, Bernardo (1975). *El inquisidor*, Argentina/Perú.
- Balagueró, Jaume, y Plaza, Paco (2007). *Rec*, España.
- Bartkowiak, Andrzej (2005). *Doom: la puerta del infierno (Doom)*, Reino Unido/ República Checa/ Alemania/ EEUU: Universal.
- Barton, Charles (1948). *Abbott y Costello contra los fantasmas (Bud Abbott Lou Costello Meet Frankenstein)*, EEUU: Universal Home Entertainment.
- Bayón Herrera, Luis (1943). *La piel de zapa*. En Estudios Filmadores Argentinos (Producción), Argentina.
- Bayona, Juan Antonio (2007). *El orfanato*, España/México.
- Borensztein, Sebastián (2011). *Un cuento chino* Argentina.
- Boyle, Danny (2002). *Exterminio (28 days later)*, Inglaterra/ Francia.
- Brent Bell, William (2012). *Con el diablo adentro (The Devil Inside)*. En Prototype (Producción), EEUU: UIP.

- Cabezas, Paco (2009). *Aparecidos*, Argentina/ España/ Suecia: Primer Plano Film Group.
- Capri, Mad (2003). *Run Run Bunny!*, Argentina: Videoflims.
- Carpenter, John (1978). *Noche de brujas (Halloween)*, EEUU.
- Carreras, Enrique (1987). *Galería del terror*, Argentina.
- Carreras, Enrique (1986). *Mingo y Aníbal en la mansión embrujada*, Argentina.
- Carreras, Enrique (1985). *Mingo y Aníbal contra los fantasmas*, Argentina.
- Carreras, Enrique (1960). *Obras maestras del terror*. En Argentina Sono Film (Producción), Argentina.
- Carreras, Enrique (1954). *El fantasma de la opereta*. En Cinematográfica General Belgrano (Producción), Argentina.
- Cores, Carlos (1968). *La ciudad de los cuervos (La ruleta del diablo)*. En T. I. P. V. Marcos (Producción), Argentina/ EEUU.
- Cova, Gustavo, y Maldonado, Horacio (1988). *Alguien te está mirando*, Argentina.
- Crampi, Mad (2012). *Todos mis muertos*, Argentina.
- Craven, Wes (1996). *Scream*, EEUU: Dimension Home Videos.
- Crispin, Jimmy (2005). *Ultra-Toxic*, Argentina.
- Cunningham, Sean (1980). *Martes 13 (Friday the 13th)*, EEUU.
- Christensen, Carlos Hugo (1952). *Si muero antes de despertar*. En San Miguel (Producción), Argentina.
- Christensen, Carlos Hugo (1948). *La muerte camina en la lluvia*. En Lumiton (Producción), Argentina: Lumiton.
- Christensen, Carlos Hugo (1946). *La dama de la muerte*. En Chile Films (Producción), Chile.
- De La Fuente, Carlos (2011). *Uritorco 2. La Casa de la Montaña*. En Altaris Video (Producción), Argentina: SRN Distribution.
- De La Vega, Daniel (2007). *Death knows your name* Argentina/ EEUU: Maverick Entertainment Group.

- De Llano, Diego (2011). *Detrás del horror*. En Controversia Films (Producción), Argentina.
- De Zavallá, Alberto (1942). *Malambo*. En Estudios Filmadores Argentinos (Producción), Argentina.
- Del Toro, Guillermo (2006). *El laberinto del fauno*, España/ México.
- Del Toro, Guillermo (2004). *Hellboy*, EEUU.
- Del Toro, Guillermo (2002). *Blade II*, EEUU/Alemania.
- Del Toro, Guillermo (1997). *Mimic*, EEUU.
- Del Toro, Guillermo (1993). *Cronos*, México.
- Diment, Javier (2011b). *La memoria del muerto*, Argentina.
- Diment, Javier (2007). *Beinase. El sentido del miedo*. En Canal Ciudad abierta (Producción), Argentina.
- Diment, Javier, y Ziembrowski, Luis (2008). *El propietario*. En Canal 7 (Producción), Argentina.
- Dowdle, John (2010). *La reunión del diablo (Devil)*, EEUU: UIP.
- Esquenazi, Sergio (2009). *Ellos quieren mis ojos (They Want My Eyes)*. En CyK films (Producción), Argentina.
- Esquenazi, Sergio (2008). *Visitante de invierno*, Argentina: Primer Plano Flim Group.
- Esquenazi, Sergio (2007). *Número 8*, Argentina.
- Esquenazi, Sergio (2005). *The bone breaker*, Argentina.
- Esquenazi, Sergio (2004). *Interference/Dead line*, Argentina.
- Farah, Silvio (2000). *Arca*, Argentina.
- Farriols, Mercedes (2008). *Olga, Victoria Olga*, Argentina.
- Fernández Calvete, Santiago (2012). *La segunda muerte*. En Magma Cine (Producción), Argentina.
- Findlay, Michael, Findlay, Roberta, y Nuchtern, Simon (1974). *Snuff*. En August Films (Producción), EEUU: Monarch Releasing.

- Findling, Hernán (2008). *Breaking Nikki*, Argentina.
- Findling, Hernán (2006). *Director's Cut*. En H&H Films (Producción), Argentina/EEUU: DC Media.
- Fleider, Leo (1954). *Desalmados en pena*. En AAA (Producción), Argentina.
- Forte, Fabián (2007). *Celo*, Argentina.
- Forte, Fabián (2003). *Mala carne*, Argentina.
- Friedkin, William (1973). *El exorcista (The Exorcist)*, EEUU: Argentina Video Home.
- Galettini, Carlos (1990). *Charly - Días de sangre*, Argentina.
- Galettini, Carlos (1987). *Los matamonstruos en la mansión del terror* Argentina.
- García Bogliano, Adrián (2011b). *Sudor frío*, Argentina/España: Walt Disney Studios Motion Pictures.
- García Bogliano, Adrián (2007). *No moriré sola*, Argentina: Videoflms.
- García Bogliano, Adrián (2006). *36 pasos*. En Pauraflics (Producción), Argentina: Videoflms.
- García Bogliano, Adrián (2005). *Grité una noche*, Argentina: Videoflms.
- García Bogliano, Adrián (2004). *Habitaciones para turistas*, Argentina/España: Videoflms.
- García Bogliano, Adrián, y García Bogliano, Ramiro (2012). *Penumbra*, Argentina/España.
- García Bogliano, Adrián, y García Bogliano, Ramiro (2010). *Donde duerme el horror* Costa Rica.
- García Bogliano, Adrián, y García Bogliano, Ramiro (2009). *Masacre esta noche (Watch 'em Die)*, Argentina/ México: Ave Estudios.
- García, Jorge Carlos (1974). *El bosque de los condenados*, Argentina.
- García, Jorge Carlos (1973). *Estigma de terror*. En MALHEGAR (Producción), Argentina.
- Gillespie, Craig (2008). *Enemigo en casa (Mr. Woodcock)*, EEUU.

- Goldbart, Nicolás (2011). *Fase 7*, Argentina.
- Goyer, David (2009). *La profecía del no nacido (The Unborn)*, EEUU: UIP.
- Häfström, Mikael (2007). *1408*, EEUU: UIP.
- Haggis, Paul (2007). *La conspiración (In the Valley of Elah)*, EEUU.
- Hitchcock, Alfred (1960). *Psicosis (Psycho)*, EEUU.
- Hooper, Tobe (1982). *Poltergeist: juegos diabólicos (Poltergeist)*, EEUU: Warner.
- Johnston, Joe (2010). *El hombre lobo (The wolf man)*, EEUU: UIP.
- Jordan, Neil (1999). *Entrevista con el vampiro (Interview with the Vampire: The Vampire Chronicles)*. En Warner (Producción), EEUU: Warner.
- King, Jonathan (2006). *Muerte en la granja (Black sheep)*, Nueva Zelanda.
- Klimovsky, León, Fuentes, Fernando De, y Rey, Florián (1954). *Maleficio*. En Union Films (Producción), Argentina/España/México: Artistas Argentinos Asociados (AAA).
- Lambot, Fabrice (2008). *Dying God*, Argentina/ Francia.
- Lang, Fritz (1931). *M, el vampiro de Düsseldorf (M)*, Alemania.
- Lasseter, John, y Lewis, Brad (2011). *Cars 2*, EEUU: Walt Disney.
- Lauric, Francis (1963). *Las aventuras del capitán piluso en el castillo del terror*. En Teruel-Nacson (Producción), Argentina: Monumental Films.
- Lawrence, Francis (2007). *Soy leyenda (I am legend)*, EEUU: Warner Home Video.
- Leguiza, Marcelo (2011b). *Mocosis*. En Mutazion Producciones (Producción), Argentina.
- Leguiza, Marcelo (2010). *Marihuana radioactiva interplanetaria*, Argentina: SRN Distribution.
- Leguiza, Marcelo (2008). *Mutazombie*, Argentina.
- Leibovich, Damián, y Varela, Juan (2004). *Los inquilinos del infierno*, Argentina.
- Liman, Doug (2008). *Jumper*, EEUU/ Canadá.

- López, Gonzalo (2010). *Mala praxis*. En CyK films (Producción), Argentina.
- Magariños, Germán (2011b). *Sadomaster: locura general* En Gorevisión (Producción), Argentina.
- Magariños, Germán (2008). *Un cazador de zombies*, Argentina.
- Magariños, Germán (2005). *Sadomaster*, Argentina: Videoflms.
- Magariños, Germán (2004). *Goreinvasión*, Argentina.
- Magariños, Germán (2002). *LSD Frankenstein*, Argentina: Videotomía.
- Magariños, Germán (2001). *Holocausto Cannabis*, Argentina.
- Marshall, Neil (2005). *El descenso (The descent)*, Inglaterra.
- Massa, Ezio (En posproducción). *2 de noviembre*. En Findling Films (Producción), Argentina.
- Massaccesi, July (2009). *Cabeza de pescado*, Argentina.
- Mazurek, Sergio (2011b). *Lo siniestro*, Argentina: Primer Plano Film Group.
- Mclean, Greg (2005). *El cazador de Wolf Creek (Wolf Creek)*, Australia.
- Medina, Gabriel (2012). *La araña vampiro*, Argentina.
- Merendino, James (2008). *The death club (El club de la muerte)*. En Aero-plano Cine/ Straight Edge Productions (Producción), Argentina/ EEUU.
- Morales, Guillem (2010). *Los ojos de Julia*, España: UIP.
- Moreau, David, y Palud, Xavier (2008). *El ojo del mal (The eye)*, EEUU/ Canadá.
- Nakata, Hideo (2005). *La llamada 2 (The ring 2)*, EEUU.
- Nexos En Red. (2007). *Informe BARS. Parte 1*. Argentina: Nexos en red.
- Nispel, Marcus (2009). *Viernes 13 (Friday the 13th)*, EEUU: UIP.
- Padilha, José (2007). *Tropa de élite*, Brasil, EEUU, Holanda, Argentina.
- Parés, Pablo (2011d). *Daemonium*, Argentina: <http://daemonium.tumblr.com/>.
- Parés, Pablo (2007). *Filmatrón*. En Farsa producciones (Producción), Argentina: Videoflms.
- Parés, Pablo, y De La Vega, Daniel (2004). *Jennifer's Shadow*, Argentina/ EEUU.

- Parés, Pablo, y Rojas, Esteban (2010). *Post: La aventura completa*. En Farsa producciones (Producción), Argentina: Videoflms.
- Páres, Pablo, y Sáez, Hernán (2001). *Plaga Zombie: Zona Mutante*, Argentina: Videoflms.
- Páres, Pablo, y Sáez, Hernán (1997). *Plaga zombie*, Argentina: Videoflms.
- Parés, Pablo, Sáez, Hernán, y Soria, Paulo (2011). *Plaga Zombie: Zona Mutante: Revolución Tóxica*, Argentina.
- Parés, Pablo, y Soria, Paulo (2010). *Nunca más asistas a este tipo de fiestas*. En Farsa producciones (Producción), Argentina.
- Parés, Pablo, y Soria, Paulo (2009). *Kapanga todoterreno*, Argentina.
- Páres, Pablo, y Soria, Paulo (2009). *100% lucha, el amo de los clones*, Argentina.
- Peli, Oren (2007). *Actividad paranormal (Paranormal activity)*. En Blumhouse Productions (Producción), EEUU: Argentina Video Home.
- Peralta, Mariano (2004). *Supermondo Trasho 3: Unleashed*, Argentina.
- Pollachi, Paula (2007). *Inzomnia*. En Druida Films (Producción), Argentina.
- Pollachi, Paula (2003). *Baño de sangre*, Argentina.
- Pollachi, Paula, y Del Teso, Pablo (1997). *El ritual*, Argentina.
- Puig, Alexis (2005). *Enamorada de la muerte*, Argentina.
- Puig, Alexis (1998). *Vendado y frío*, Argentina.
- Pyun, Albert (2007). *Left for Dead*. En Findling Films & Sophia Productions (Producción), Argentina/ EEUU.
- Raimi, Sam (2009). *Arrástrame al infierno (Drag me to hell)*, EEUU: UIP.
- Rébora, Alejo (2010). *Trash*, Argentina.
- Rébora, Alejo (2007). *Eklipsa Dana Vampir*, Argentina: SRN Distribution.
- Remani, Ernesto (1952). *El gaucho y el diablo*. En Emelco (Producción), Argentina: Interamericana.
- Rinaldi, Carlos (1951). *Fantasmas asustados*. En AAA (Producción), Argentina.

- Rojas, Esteban, y Olivares, Juan (2010). *La casa por la ventana*, Argentina/Chile: Videoflms.
- Romero, George (2005). *Tierra de los muertos (Land of the Dead)*, EEUU: Universal.
- Romero, George (1968). *La noche de los muertos vivientes (Night of the living dead)*, EEUU.
- Romero, Manuel (1942). *Una luz en la ventana*. En Lumiton (Producción), Argentina.
- Rugna, Demian (2007). *The last gateway*, Argentina/EEUU: DSX Films.
- Rugna, Demian, y Forte, Fabián (2011). *Malditos sean!*, Argentina.
- Salva, Victor (2001). *Jeepers Creepers* EEUU/ Alemania: Argentina Video Home.
- Sánchez, Eduardo, y Myrick, Daniel (1999). *El proyecto de la bruja de Blair (The Blair Witch Project)*, EEUU: Argentina Video Home.
- Santos Discépolo, Enrique (1942). *Fantasmas en Buenos Aires*. En Argentina Sono Film (Producción), Argentina.
- Savignano, Diego (2012). *El nacimiento del mal*. En CyK films (Producción), Argentina.
- Scott, Ridley (2001). *Hannibal*, Inglaterra/EEUU.
- Scott, Ridley (1979). *Alien, el octavo pasajero (Alien)*, EEUU: Scott.
- Schlieper, Carlos (1947). *El misterioso tío Silas* En EFA (Producción), Argentina.
- Schlieper, Carlos (1945). *La casa está vacía*. En Chile Films (Producción), Chile.
- Shaalo, Diego (2010). *El recluta*. En DRS Producciones (Producción), Uruguay/ Argentina: SRN Distribution.
- Shimizu, Takashi (2006). *El grito 2 (The Grudge 2)*, EEUU/ Japón.
- Shimizu, Takashi (2004). *El grito (The Grudge)*, EEUU/ Japón.
- Sidlin, Gustavo (2010). *Viaje al sol*. En Cuyo roto Producciones (Producción), Argentina: SRN Distribution.
- Siro, Fernando (1975a). *Allá donde muere el viento*. En Torres International Pictures (Producción), Argentina/EEUU.

- Siro, Fernando (1975b). *Seis pasajes al infierno*, Argentina.
- Soffici, Mario (1951). *El extraño caso del hombre y la bestia*. En Argentina Sono Film (Producción), Argentina.
- Sofovich, Gerardo (1974). *Los vampiros los prefieren gorditos*, Argentina.
- Sommers, Stephen (2004). *Van Helsing, el cazador de monstruos (Van Helsing)*, EEUU: Universal.
- Sommers, Stephen (2001). *La momia regresa (The Mummy Returns)*, EEUU: Universal.
- Sosa Arroyo, Luis (2004). *Sed: Enemigo del aire*, Argentina.
- Spada, Marina (2006). *Como la sombra (Come l'ombra)*, Italia.
- Spielberg, Steven (1975). *Tiburón (Jaws)*, EEUU: Universal.
- Spiner, Fernando (2010). *Aballay, el hombre sin miedo*, Argentina.
- Stocki, Pedro (1982). *La casa de las siete tumbas*, Argentina.
- Verbinski, Gore (2002). *La llamada (The ring)*. En Dreamworks (Producción), EEUU.
- Vieyra, Emilio (1967a). *La bestia desnuda*, Argentina.
- Vieyra, Emilio (1967b). *Sangre de vírgenes*. En Productores Argentinos Asociados (Producción), Argentina: Pelmex.
- Vieyra, Emilio (1966). *La venganza del sexo*. En Productores Argentinos Asociados (Producción), Argentina: Pelmex.
- Vieyra, Emilio (1965a). *Extraña invasión*, Argentina.
- Vieyra, Emilio (1965b). *Placer sangriento*, Argentina: Orestes Trucco.
- Viñoly Barreto, Román (1953). *El vampiro negro*. En Argentina Sono Film (Producción), Argentina.
- Wan, James (2004). *El juego del miedo (Saw)*, EEUU/ Australia: Distribution Company.
- Webber, Peter (2007). *Hannibal, el origen del mal (Hannibal rising)*, EEUU: UIP.
- Weimeyer, Federico. (2010a). *Cine fantástico argentino: explota y salpica. Parte 1*. Argentina: Telenoche.

- Weimeyer, Federico. (2010b). *Cine fantástico argentino: explota y salpica. Parte 2: Telenoche.*
- Wilkins, Toby (2009). *El grito 3 (The Grudge 3)*, EEUU/ Japón.
- Williams, Tod (2010). *Actividad paranormal 2 (Paranormal Activity 2)*, EEUU: UIP.
- Wullicher, Ricardo (1976). *La casa de las sombras*, Argentina.
- Zaccaría Soprani, Camilo (1934). *El hombre bestia o las aventuras del Capitan Richard*, Argentina.

Este libro se terminó de imprimir
en Tecnooffset
en el mes de marzo de 2014



El cine de terror en Argentina: producción, distribución, exhibición y mercado (2000-2010)

¿Existe un cine de terror argentino? ¿Cuáles son sus características? ¿Cuáles sus posibilidades comerciales a nivel nacional e internacional? ¿Qué rol juega la instancia de la distribución? Este libro indaga acerca de las posibles respuestas a esas cuestiones y otras relacionadas con ellas en el campo de la producción, la circulación y la exhibición contemporáneas. Para hacerlo, su autora ha realizado una indagación exhaustiva que tiene el mérito de fundar un campo de estudios en Argentina. El análisis de películas, estadísticas, fanzines y entrevistas se suma a la escasa bibliografía nacional existente, para reflexionar acerca de un fenómeno que -si bien tiene una historia previa- ha experimentado en los primeras décadas del siglo actual un cambio cuantitativo y cualitativo. *El cine de terror en Argentina* es un aporte, desde la especificidad de este género, para pensar políticas culturales en torno del universo audiovisual en nuestro país.

(serie tesis)



9 789875 583016